Ombudsman
ONTARIO
CHIEN DE GARDE DE L'ONTARIO

Le grand jeu de la confiance

RAPPORT DE L'OMBUDSMAN

André Marin, Ombudsman de l'Ontario • Mars 2007

Enquête sur la protection contre la fraude et le vol assurée au public par la Société des loteries et des jeux de l'Ontario

DIRECTEUR
ÉQUIPE D'INTERVENTION SPÉCIALE DE L'OMBUDSMAN (EISO)

Gareth Jones

ENQUÊTEUSE PRINCIPALE

Elizabeth Weston

ENQUÊTEURS/ENQUÊTEUSES

Mary Jane Fenton
Rosie Dear
Kwame Addo
Grace Chau
Garvin DeFour
Irene Buncel

AGENTE/AGENTS DE RÈGLEMENT PRÉVENTIF

Anne-Sophie Leduc
George La Rosa
Alphonse Barikage

AVOCATES PRINCIPALES

Laura Pettigrew
Wendy Ray
Elaine Penalagan

Ombudsman
ONTARIO

Rapport de l'Ombudsman

Enquête sur la protection contre la fraude et le vol assurée au public par la Société des loteries et des jeux de l'Ontario

« Le grand jeu de la confiance »

André Marin
Ombudsman de l'Ontario

Mars 2007

2007-04546/

Table des matières

Sommaire **1**

Aperçu **9**

Processus d'enquête **10**

L'OLG : une entreprise gagnante **11**

Les règles du jeu 12

Les relations avec les détaillants 13

Et le gagnant est? 14

Signaux manqués : l'histoire de Paul Rutherford *14*

Se battre pour se faire entendre : l'histoire de Bob Edmonds *15*

Sur la voie intérieure **21**

Qui trouve, garde 22

Le meilleur est gratuit 23

Un moyen habile de « piquer » 24

Découvrir le fond de l'histoire **24**

Avec ou sans liens à la Société? 26

Le jeu des noms 28

Le contrôle des dégâts 30

Le réveil 31

Jeu des nombres : quantifier les gains des personnes liées à la Société **33**

Quand les chiffres ne concordent pas 35

Rétablir une réputation : le plan en sept points **40**

La vie après le 25 octobre 2006 43

Payez et prenez vos chances : le traitement des plaintes **45**

Promotion et punition : un rapport imparfait **50**

Le problème des lots *instant* 51

Nouvelle stratégie de jeu : en préparation **54**

Dispositifs de vérification libre-service *54*

Signez votre billet *54*

Écrans face aux clients 56
Campagne de sensibilisation du public 56
Réactions des clients 57

En rétrospective : 20 sur 20 58

Des promesses, toujours des promesses 59

Pourquoi pas leur interdire de jouer? 60

Rétablir la confiance : la question des détaillants 61

Le contrat des détaillants 62

Protéger la confiance du public 63

Trop de protestations? 65

L'arbitrage du jeu : pour un responsable de la réglementation 67

Voie de la réforme 68

La codification de la décence 69

L'épreuve de l'intégrité 70

L'échec au test du renifleur 70

Aller de l'avant : rétablir la confiance 71

Recommandations 73

Gouvernement de l'Ontario 73

Société des loteries et des jeux de l'Ontario 74
Changement de culture 74
Recommandations de KPMG 74
Personnes liées à la Société 75
Traitement des plaintes 76
Enquêtes de la Société 77
Tenue des dossiers de statistiques 77

Réponses 78

Annexe : Auto-analyse de l'OLG sur la réponse aux recommandations de l'Ombudsman 81

Sommaire

1 La Province de l'Ontario est devenue « accro » aux revenus des jeux. Durant l'année financière 2004-2005, la Société des loteries et des jeux de l'Ontario (OLG), organisme de la Couronne chargé de gérer les opérations de jeux provinciaux, a généré des revenus totaux de presque 6 milliards $ – dont près de 2,3 milliards $ provenaient des loteries uniquement. En 2006, les revenus bruts du secteur des loteries gouvernementales ont atteint presque 2,4 milliards $. Des dizaines de milliers de détaillants privés – soldats de première ligne de ce *juggernaut* des loteries – introduisent des billets dans les terminaux, obtenant en retour des millions de dollars en argent comptant chaque année. Pas de doute, les loteries gouvernementales sont une grosse affaire en Ontario et la Province s'est habituée à dépendre des revenus générés.

2 Je m'abstiendrai de prononcer un jugement moral sur toute la question. Après tout, un peu partout dans le monde occidental, les gouvernements comptent sur les revenus du jeu pour l'aider à financer d'importants programmes gouvernementaux. En Ontario comme ailleurs, les bénéfices considérables sont utilisés pour le bien du public, soit pour financer divers programmes méritoires allant des sports aux loisirs en passant par les activités culturelles, les services de santé et les hôpitaux, les programmes environnementaux et sociaux, et les subventions aux organismes de bienfaisance. En se lançant dans l'industrie du jeu, la Province a non seulement obtenu accès à une source immense de revenus, mais elle a pris en main une activité qui revêt un caractère criminel quand elle est faite par le privé, à cause des risques inhérents de corruption et des possibilités d'exploiter les plus vulnérables. La Province a ainsi voulu s'assurer que les revenus du jeu ne profiteraient pas à des éléments criminels mais contribueraient à venir en aide aux Ontariennes et aux Ontariens.

3 Il est donc tout à fait approprié que les trois valeurs fondamentales de l'OLG soient « l'intégrité, le respect et l'imputabilité », car ces caractéristiques font au mieux la distinction entre une activité criminelle et une entreprise de divertissement digne de confiance. Alors, quand ces valeurs fondamentales n'occupent plus la place qu'elles méritent ou qu'elles sont même oubliées, du fait que la culture d'entreprise de l'organisme responsable attache plus d'importance au profit qu'à la responsabilité, il y a raison d'être troublé. C'est ce qui s'est produit dans le cas de Bob Edmonds et sans aucun doute dans plusieurs cas méconnus. Et c'est pourquoi, d'après les résultats de mon enquête, je suis fermement convaincu que l'OLG ne peut pas continuer à mener seule le jeu.

Laissons-la continuer de vendre des billets de loterie, puisqu'elle le fait si bien, mais ne la laissons plus s'occuper de la prévention de la fraude, à laquelle elle s'est montrée tellement inepte, et mettons en place un agent indépendant chargé de la réglementation des loteries.

4 Le 25 octobre 2006, la CBC a révélé le problème honteux des « lots gagnés par des personnes liées à la Société » dans un documentaire télévisé de son programme *the fifth estate*. L'épisode, intitulé *Luck of the Draw* (La chance au tirage) racontait l'histoire de Bob Edmonds, une personne du troisième âge qu'un détaillant de billets de loterie avait escroqué de son gain, et qui avait dû se battre pendant trois ans avec l'OLG après l'avoir informée de cette arnaque.

5 En raison d'expériences passées, la Société savait parfaitement qu'il était aisé pour ses détaillants de voler des billets gagnants. Tout juste un mois avant la plainte de Bob Edmonds, elle avait perdu dans une affaire portée au tribunal et le juge présidant l'avait avertie qu'elle avait un « devoir de diligence » envers les acheteurs de billets de loterie afin de les protéger des détaillants peu scrupuleux. Malgré cet avertissement, l'instinct prévalant de la Société l'avait poussée à protéger ses détaillants. Sa réaction n'avait pas été de venir à l'aide de M. Edmonds, ni même de prendre des mesures pour geler les actifs du détaillant. Sa stratégie avait simplement été d'envoyer une réponse glaciale à M. Edmonds. Dans sa lettre du 25 janvier 2002, elle lui a écrit : « Cher M. Edmonds… [la Société] n'est pas responsable des actions présumées du détaillant. » La Société a donc tout simplement choisi d'ignorer une vérité qui la dérangeait.

6 L'OLG a tout fait pour nier une relation d'entreprise avec ses détaillants, bien que ceux-ci soient ses agents auprès du public dans les points de vente. Elle s'est contentée de dire à M. Edmonds : « Voyez ça avec le détaillant. Ça ne nous regarde pas. » Et pour finir, elle a claqué près d'un demi-million de dollars en frais d'avocats, en trois ans, pour tenter de convaincre un homme de 78 ans qu'il aurait dû faire plus attention. Même une fois l'affaire réglée, la Société n'a pas lâché. À l'été 2006, elle a dépensé presque 200 000 $ de plus pour se battre contre M. Edmonds devant les tribunaux, afin de le réduire au silence. Mais la justice a voulu que *the fifth estate* révèle l'histoire.

7 Cette histoire convaincante, qui oppose un vieil homme dans le rôle de David à une société maladroite et insensible dans le rôle de Goliath, a retenu l'attention du public – et notamment la mienne. Nous nous sommes tous demandé si la Société manquait au respect de ses valeurs fondamentales, « intégrité, respect et imputabilité », et si elle gérait un système indigne de confiance. J'ai compris alors que, si tel était le cas, deux problèmes graves pourraient en résulter.

Premièrement, les loteries sont un jeu qui repose sur la confiance, et faute d'avoir confiance les joueurs quitteraient le jeu, privant la Province de revenus importants. Deuxièmement, cette perte de confiance que je voyais semblait provenir du manque d'attention et de diligence de l'OLG envers les gens qu'elle est censée protéger – à savoir, les joueurs. La préoccupation était donc qu'il y ait beaucoup plus de victimes comme M. Edmonds. C'est pourquoi j'ai retenu ce cas pour entreprendre ma toute première enquête « de mon propre chef ».

8 Immédiatement après le séisme causé par le programme de la CBC, l'OLG a tenté de minimiser ses révélations. *The fifth estate* avait fait de graves révélations sur l'ampleur potentielle du problème des lots gagnés par des personnes liées à la Société. Le programme comprenait notamment une entrevue avec un expert en statistiques qui déclarait que les probabilités pour les personnes liées à la Société de gagner des gros lots dans les proportions indiquées par les chiffres de la Société étaient « d'un trillion de trillion de trillion de trillion ». L'OLG a engagé son propre spécialiste pour réfuter cette affirmation, disant que des conclusions aussi catégoriques étaient impossibles.

9 Pour l'enquête de mon bureau, nous avons également retenu les services d'un expert. Cet expert a fini par être frustré du manque de renseignements fiables sur tous les points, aussi bien sur le nombre d'employés des détaillants que sur le nombre de gagnants liés à la Société, ou sur les montants gagnés par eux comparativement aux montants gagnés par les simples clients. À mon avis, ce n'est pas une justification, mais une mise en accusation de la Société en raison de l'absence de dossiers fiables, et ceci montre bien le besoin pressant pour l'OLG de prendre des mesures afin de conserver la confiance du public.

10 Il ne fait aucun doute que les personnes liées à la Société gagnent gros depuis des années. La Société confirme que de 1999 à novembre 2006, au moins 78 propriétaires de magasins de détail et 131 employés de magasins de détail ont gagné des prix importants aux loteries. De plus, les détaillants ont probablement aussi gagné des milliers de lots moins importants. Certes, beaucoup de ces gains étaient légitimes, mais il est clair aussi que des millions de dollars ont été payés à des réclamants malhonnêtes. En 2003 et 2004, l'OLG a identifié cinq gains importants réclamés par des « personnes liées à la Société » – qui font tous l'objet d'un récit détaillé dans ce rapport. Toutefois, elle n'a refusé de payer le lot qu'à un seul de ces réclamants. Ses vérificateurs internes avaient aussi examiné les réclamations de 31 personnes liées à la Société en 2005 – dont trois avaient réclamé des lots supérieurs à 1 million $.

11 Durant notre enquête, nous avons appris que la Société disposait de suffisamment de renseignements sur les fraudes commises par des personnes liées à la Société pour tenir une séance d'information à l'intention de la direction, en août 2004. Et nous avons trouvé un précis de la direction qui identifiait comme suspects cinq prix encore impayés. La réponse donnée par le président-directeur général à l'un de ses cadres, qui se disait préoccupé par toute la situation, était décevante : « Parfois, il faut se pincer le nez. »

12 L'OLG savait non seulement qu'il y avait un problème de fraude commise par des personnes liées à la Société, mais elle était aussi parfaitement au courant que les mesures prises par elle pour prévenir la fraude parmi les détaillants étaient tout à fait inadéquates. Sa « Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société » ne s'appliquait qu'aux lots « importants » de 50 000 $ et plus, et elle était des plus ambiguës – allant même jusqu'à ne pas donner de définition claire de l'expression « personnes liées à la Société ». Et quand cette politique était appliquée, les enquêtes étaient parfois plus amicales que déterminées : les responsables du Bureau des prix tendaient la perche aux personnes liées à la Société pour qu'elles puissent prouver la légitimité de leur réclamation, au lieu de les questionner sérieusement. De plus, le processus de plaintes du public, source de première ligne de renseignements sur les détaillants malhonnêtes et sur les transactions douteuses, était inepte.

13 Soyons justes : l'OLG a pris des mesures de sécurité plus strictes avant l'automne de 2006, mais il reste incontestable qu'elle a essayé d'échapper à sa responsabilité de protéger le système contre les fraudes commises par des personnes liées à la Société. La réunion d'août 2004 à propos du problème des gains réclamés par des personnes liées à la Société a fait contre-feu quand les responsables de la Société ont choisi de s'en laver les mains et d'abandonner les enquêtes, sauf cas exceptionnels. Un an plus tard, un cadre supérieur a même suggéré de modifier la Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société, pour en exclure les détaillants, et a proposé que la Société adopte un système où elle cesserait de demander qui a acheté le billet gagnant et paierait tout simplement le lot à quiconque se présenterait avec le billet, même s'il s'agissait d'un détaillant. L'OLG a marqué un temps avant d'aller aussi loin, mais une nouvelle Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société était prévue pour mai 2006. Cette politique devait s'appliquer uniquement aux personnes qui manipulent directement le système de billets de loterie. Mais un mois plus tard, la CBC a commencé à poser des questions à propos de l'affaire Edmonds, ce qui a mis un halte-là aux plans de la Société qui se proposait de réduire l'examen des lots gagnés par des personnes liées à la Société. La situation était apparemment trop désastreuse.

14 Tout ceci soulève de graves questions. Étant donné que la Société était parfaitement au courant de la vulnérabilité du public face aux possibilités de fraude des détaillants, pourquoi n'avait-elle mis en place aucun système efficace de prévention? Et pourquoi s'apprêtait-elle à affaiblir encore ses systèmes? La réponse est aussi simple qu'alarmante. Avant octobre 2006, la culture d'entreprise de l'OLG était malsaine; en quelques mots, disons que l'OLG était devenue à ce point obnubilée par le profit qu'elle en avait oublié qu'elle était au service du public. Elle en était arrivée à définir son rôle comme celui d'une vache à lait. Comme nous l'a dit le vice-président, Commercialisation, son rôle est de fêter les gros lots remportés et de s'assurer qu'ils font les manchettes des journaux. Les profits sont bons quand les nouvelles sont bonnes, pas quand elles parlent publiquement de la corruption des détaillants.

15 En outre, il ne fait aucun doute que la Société est aux petits soins avec ses détaillants. Si elle avait résisté aux réclamants liés à la Société qui avaient échoué au « test du renifleur » avec la moitié de sa détermination contre ce pauvre M. Edmonds, elle aurait économisé bien des fonds publics et renforcé la confiance du public – qui lui fait défaut maintenant. Pourquoi cette confusion quand à ses loyautés? La seule explication qui vient à l'esprit pour expliquer la réticence évidente de l'OLG à se montrer stricte face à la fraude des détaillants est que fondamentalement ils travaillent pour elle – et qu'en plus ils comptent parmi ses meilleurs clients.

16 Il est profondément troublant qu'un organisme public comme l'OLG commence à utiliser une politique de « mise en garde des acheteurs » contre les gens dont elle est censée protéger les intérêts. Et il est tout aussi alarmant de voir cet organisme traiter avec des pincettes les gens qui exposent le public au vol et à la fraude. Pour moi, il est clair qu'avant octobre 2006 l'OLG avait perdu de vue le fait qu'elle doit être avant tout le gardien de la confiance publique, et ensuite seulement un centre de profit.

17 Ce qui a provoqué un changement, c'est la révélation de ce que la Société avait fait à M. Edmonds et au public en général. Le président-directeur général de la Société a parlé avec franchise à nos enquêteurs des répercussions de l'émission *the fifth estate* et de la fureur qu'elle avait provoquée : « Dire que nous avons eu une formation en sensibilisation est faible comme expression ». En fait, l'impact du reportage télévisé sur l'OLG a été si profond et si puissant que certains membres du personnel parlent de ce jour-là comme du « 10-25 », jour d'infamie pour la Société. Depuis, l'OLG a pris des initiatives importantes, qui sont présentées dans ce rapport. Jusqu'à présent, elle a notamment renforcé son processus de vérification des lots gagnés par des personnes liées à la Société.

entrepris un examen de ses procédures d'enquête et, à la demande du ministère du Renouvellement de l'infrastructure publique, elle a retenu les services de la société d'experts-conseils KPMG pour passer en revue toutes ses activités opérationnelles et ses pratiques de loteries. Elle a déjà appliqué un certain nombre des recommandations de KPMG et elle a notamment fait une campagne de sensibilisation publique pour alerter les consommateurs sur plusieurs points, notamment sur l'importance de signer leurs billets avant de les remettre aux détaillants des produits de loterie.

18 Ces initiatives sont évidemment louables. Mais bien que la Société se soit montrée proactive dans la recherche de solutions, des signes troublants montrent que la situation qui a mené à ces difficultés en premier lieu subsiste actuellement. Ce n'est pas par acquit de conscience, ni par autocritique, que l'OLG a décidé de faire mieux – c'est à cause d'un cauchemar de relations publiques, qui a été retransmis au public sur les ondes de télévision malgré tous les efforts déployés par la Société pour l'étouffer. Un changement radical de culture doit encore se produire à la Société, comme en témoigne l'acharnement avec lequel elle s'est défendue contre les statistiques de *the fifth estate*. Je ne parle pas ici d'une compagnie privée qui réagit à un scandale pouvant causer des pertes de profits, mais d'un organisme de la Couronne qui a été créé pour protéger et servir le public, et qui savait parfaitement qu'il y avait un problème. Au lieu d'opter pour la politique de l'autruche, l'OLG aurait dû s'excuser.

19 Notre enquête a montré que l'OLG n'a pas encore vraiment compris que ses obligations premières ne sont pas envers les détaillants, mais envers les clients qui sont laissés dans un état de vulnérabilité. Nous avons eu la claire impression que l'OLG fait du déni quand il est question des détaillants, qui sont ses partenaires, et qu'elle est vraiment réticente à se montrer stricte envers eux. C'est cette relation avec les détaillants qui est le talon d'Achille de la Société – c'est ce qui l'empêchera de parvenir à l'efficacité, en dépit des mesures importantes et louables qu'elle a prises jusqu'à présent. C'est pourquoi je recommande des réformes qui vont bien au-delà de celles entreprises actuellement.

20 Certains diront que la solution la plus simple est de tout simplement interdire aux détaillants des loteries de jouer, un point c'est tout. Je ne suis pas prêt à aller jusque-là, et ceci pour trois raisons. Premièrement, une seule des juridictions que nous avons étudiées – l'Argentine – a choisi cette voie. Deuxièmement, je suis convaincu qu'il serait injuste d'empêcher des milliers de détaillants et leurs employés de participer à une activité qui est source de plaisir pour tout le monde. Troisièmement, je crois que si les recommandations présentées dans ce rapport

sont appliquées, la sécurité dans l'industrie des loteries en Ontario sera suffisante pour préserver la confiance du public, tout en minimisant les risques.

21 Je fais 23 recommandations dans ce rapport. Je recommande entre autres que la Société mette en œuvre les recommandations de KPMG et les publicise. Je recommande aussi de donner une meilleure formation aux détaillants et de renforcer les mesures de coercition, y compris les politiques de tolérance zéro pour la malhonnêteté. L'OLG et ses détaillants doivent comprendre que vendre des billets de loterie est une responsabilité majeure, de même qu'un privilège, et non pas un droit. Je recommande que la Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société soit clarifiée et consolidée. Je recommande que le gouvernement de l'Ontario instaure un processus juridictionnel pour régler les litiges de réclamation et les réclamations suspectes. Je recommande aussi que des mesures soient prises pour aider l'OLG à améliorer son processus de plaintes.

22 De plus, je recommande trois nouvelles initiatives. Premièrement, la Société devrait faire une déclaration publique confirmant qu'elle s'engage envers tous les citoyennes et citoyens de l'Ontario en prenant toutes les mesures raisonnables pour veiller à l'intégrité et à l'honnêteté des détaillants de son système de loteries. Deuxièmement, je recommande que la Société procède à des vérifications du casier judiciaire des détaillants de la loterie et qu'elle suspende leur privilège de vendre des produits de loterie en cas d'infractions criminelles ou provinciales applicables.

23 Troisième point, plus important encore, je recommande que tout ceci se fasse en majeure partie dans le cadre d'un système indépendant de réglementation, géré par un organisme sans lien de dépendance avec l'OLG. Mon enquête a révélé que la situation à l'OLG est désespérément conflictuelle : on ne peut pas demander à la Société d'augmenter les bénéfices générés par les loteries, en travaillant avec les détaillants, tout en étant seule responsable de la réglementation et de l'application des politiques pour surveiller l'honnêteté de ces détaillants. Cet organisme autonome de réglementation, qui pourrait être la Commission des alcools et des jeux de l'Ontario (qui s'occupe déjà des jeux en Ontario, y compris des casinos et des machines à sous de l'OLG) ou un autre organisme existant ou nouveau, devrait s'assurer que les détaillants sont dignes de la confiance du public et qu'ils respectent un code de conduite. J'envisage un organisme doté de grands pouvoirs d'enquête et de rectification qui procéderait de manière proactive à des tests au hasard sur l'intégrité des détaillants et qui vérifierait que tout gagnant lié à la Société est bien légitime.

24 Comme le montre ce rapport, le secteur des loteries comporte bien trop de risques d'exploitation et dépend bien trop de la confiance du public pour être traité comme une simple entreprise commerciale. L'OLG devrait être libre de faire ce qu'elle fait de mieux – faire rentrer des milliards de dollars chaque année grâce aux loteries – et un organisme autonome de réglementation devrait être chargé de veiller au respect des trois valeurs que sont « l'intégrité, le respect et l'imputabilité ». Certes, l'OLG pourrait nous surprendre et changer réellement de culture, mais les enjeux sont bien trop importants pour laisser ce changement fort improbable à la chance.

Aperçu

25 Les loteries gérées par le gouvernement ont vu le jour entre 205 et 187 av. J.-C., quand les Chinois ont créé le jeu de keno sous la dynastie des Han. Tout au long des siècles, les gouvernements partout dans le monde se sont servis des loteries pour recueillir les fonds publics dont ils avaient grand besoin, entre autres pour financer leurs armées, ériger des structures et des édifices publics, et renflouer leurs coffres. Les loteries sont un moyen apprécié de trouver des fonds parce qu'elles attisent l'imagination, les espoirs et les rêves du public. Elles offrent une forme de divertissements peu coûteux et sont une source fiable de revenus pour les gouvernements.

26 Au Canada, les loteries provinciales constituent une industrie de plusieurs milliards de dollars. Mais leur réussite repose sur un facteur clé : la confiance. Les gens n'achètent pour poursuivre leur rêve de richesse que s'ils sont confiants d'avoir une chance, même infinitésimale, de gagner le prix convoité. Quand cette confiance fondamentale est ébranlée, la structure gouvernementale de financement qui dépend des revenus de loterie s'en trouve menacée. Les joueurs de loterie ne sont pas les seuls touchés, tout le monde en souffre.

27 En Ontario, les loteries sont placées sous la direction d'un organisme de la Couronne appelé la Société des loteries et des jeux de l'Ontario. Le revenu brut moyen que cet organisme public tire des loteries atteint l'incroyable montant de 2,3 milliards par année. Les fonds sont utilisés pour financer une multitude de programmes publics. Le 25 octobre 2006, les activités opérationnelles de la Société ont été dévoilées sur la scène publique, quand *the fifth estate* de la CBC a diffusé un documentaire intitulé *Luck of the Draw* – documentaire qui a soulevé des inquiétudes généralisées et profondes sur l'intégrité des systèmes de loterie, surtout en Ontario. Le reportage était axé sur l'histoire de Bob Edmonds, qui racontait comment une détaillante malhonnête l'avait délesté de son gros lot de 250 000 $ et comment il avait dû se battre ensuite avec l'OLG pour faire reconnaître qu'il était le détenteur légitime du billet gagnant.

28 La Société a déclaré que l'histoire de M. Edmonds était un « incident isolé » et depuis le 25 octobre 2006 elle a consacré beaucoup de temps et de ressources pour essayer de rétablir sa réputation. Mais mon enquête a révélé que depuis des années la Société était au courant des possibilités de fraude et de vol de la part des détaillants qui vendent et valident ses produits de loteries. Pourtant, la Société avait omis de prendre rapidement les mesures proactives qui s'imposaient pour s'acquitter de ses responsabilités envers les consommateurs ontariens.

29 Depuis le 25 octobre 2006, la Société des loteries et des jeux de l'Ontario a fait de tout petits pas pour regagner la confiance du public ontarien, mais ce n'est qu'un début. Dans ce rapport, je présente un certain nombre de recommandations visant à améliorer les mesures de sécurité et les processus de plainte au sein de la Société, mais je fais aussi d'autres recommandations pour mettre fin à l'absence de réglementation en ce qui concerne les détaillants des produits de loterie en Ontario. Je considère que pour redonner confiance au public, à la fois face au système de loterie et à ses détaillants, un mécanisme externe de réglementation externe de cette importante question est nécessaire.

Processus d'enquête

30 Les nouvelles qui ont circulé sur l'exposé de *the fifth estate* ont provoqué des inquiétudes généralisées quant à l'intégrité du système de loterie. Ceci n'a fait que s'intensifier après la diffusion du programme. Les parlementaires de toutes catégories ont exprimé leurs préoccupations à l'Assemblée législative. Dans ce maelström, le 26 octobre 2006, j'ai lancé ma première enquête « de mon propre chef » sur la manière dont la Société des loteries et des jeux de l'Ontario protège le public du vol et de la fraude liés aux billets de loterie gagnants – et comment elle répond aux plaintes sur les fraudes et les vols potentiels dans ce domaine. J'ai alors noté que les Ontariennes et les Ontariens jouent aux loteries parce qu'ils font confiance à la Société et parce qu'ils croient qu'elle s'assure que les loteries sont bien administrées et que des mesures de sécurité sont prises pour empêcher la fraude et le vol par des personnes liées à la Société. J'ai aussi noté que le public ontarien est en droit d'avoir confiance que toute plainte à l'OLG concernant des pratiques malhonnêtes fait l'objet d'une enquête diligente complète et que des sanctions sont prises pour tout acte répréhensible.

31 L'Équipe d'intervention spéciale de l'Ombudsman a mené l'enquête. Nous avons reçu plus de 400 plaintes du public après l'annonce de cette enquête. Nous avons fait des entrevues détaillées non seulement avec M. Edmonds mais aussi avec 25 autres plaignants, soit en personne, soit au téléphone.

32 L'équipe d'enquête a interviewé formellement 28 membres du personnel de l'OLG et a fait des entrevues au téléphone avec sept autres. Nous avons aussi fait des entrevues avec d'autres intéressés, y compris d'anciens employés de la Société, des détaillants des loteries et des représentants de l'Ontario Convenience Store Association.De plus, nous avons communiqué avec plusieurs exploitants de loteries dans d'autres juridictions.

33 Nous avons retenu les services d'un statisticien indépendant, de l'Université de Western Ontario, à qui nous avons demandé d'étudier la documentation en notre nom et de nous donner son opinion d'expert pour déterminer si oui ou non un nombre disproportionné de gagnants étaient des personnes liées à la Société.

34 Nous avons passé en revue plus de 53 boîtes de dossiers que nous avait remises la Société des loteries et des jeux de l'Ontario, qui comprenaient plusieurs milliers de pages. La Société nous a apporté une collaboration exemplaire.

L'OLG : une entreprise gagnante

35 Les loteries de la province existent en Ontario depuis plus de 30 ans. La Société des loteries de l'Ontario a été créée en 1975, puis en avril 2000 elle a fusionné avec la Société des casinos de l'Ontario (créée en 1994) pour former la Société des loteries et des jeux de l'Ontario. Cette Société a été établie en vertu de la *Loi de 1999 sur la Société des loteries et des jeux de l'Ontario*. C'est un organisme de la Couronne, dirigé par un conseil d'administration de cinq membres à temps partiel, nommés par le lieutenant-gouverneur en conseil. Le conseil d'administration doit rendre compte au ministre du Renouvellement de l'infrastructure publique. La Société est responsable des loteries, des casinos de bienfaisance, des casinos autochtones, des casinos commerciaux ainsi que des machines à sous aux champs de course.

36 Les loteries et les jeux représentent de gros chiffres d'affaires en Ontario. La Société est une imposante organisation qui emploie directement environ 8 000 personnes et qui fournit indirectement du travail à environ 12 000 personnes dans ses activités opérationnelles de casinos, à quoi il faut ajouter environ 11 000 détaillants indépendants de produits de loterie. Durant l'année financière close le 31 mars 2005, la Société a obtenu un revenu global de presque 6 milliards $, dont 2,3 milliards $ provenaient des loteries. L'année financière suivante, le revenu brut des loteries atteignait presque 2,4 milliards $.

37 Le bénéfice retiré des loteries, après le paiement des lots des gagnants et des frais de fonctionnement, sert à financer de très nombreux programmes qui bénéficient au public de l'Ontario, allant des activités et des établissements de sport, de loisirs ou de culture aux soins de santé, y compris au fonctionnement des hôpitaux[1]. Une

[1] Voir par. 14 (1) – (3), *Loi de 1999 sur la Société des loteries et des jeux de l'Ontario*. Pour les paiements des revenus de casinos, voir par. 14 (4) (5).

partie des bénéfices de la Société sont versés à la Fondation Trillium de l'Ontario pour financer des programmes publics par le biais de subventions aux arts, à la culture, aux loisirs, aux sports, à l'environnement et aux services sociaux. La Province a garanti 100 millions $ par an à la Fondation pour appuyer les œuvres de bienfaisance. Pour assurer des revenus constants au gouvernement, la Société met activement ses produits en marché, notamment avec des campagnes publicitaires adroites qui célèbrent les gros lots et font voir la vie en rose. La Société commercialise toute une gamme de produits auprès de ses détaillants et auprès des consommateurs. En fait, la Société vend des rêves. Avec son slogan « Un monde de possibilités, tous les jours », elle persuade chaque année des millions d'Ontariennes et d'Ontariens de poursuivre leur rêve de devenir millionnaire.

Les règles du jeu

38 Actuellement, la Société des jeux et loteries de l'Ontario gère 10 loteries « en ligne », où les clients choisissent des numéros qui sont entrés dans l'un des ordinateurs de l'OLG au moment où ils achètent leurs billets. L'OLG a aussi plus de 20 jeux « instant » ou « à gratter » et trois jeux sportifs. Les règles des jeux sont maintenant affichées sur le site Web de la Société. Pour deux des loteries populaires en Ontario, Lotto 6/49 et Super 7, les règles du jeu sont établies par la Société de la loterie interprovinciale, dont l'OLG est membre, avec les autres organisations régionales de marketing qui représentent toutes les sociétés de loteries au Canada. Les revenus des loteries interprovinciales sont retournés à chacune des provinces participantes, proportionnellement aux ventes générées. Le Règlement 198/00 de la *Loi de 1999 sur la Société des loteries et des jeux de l'Ontario* régit les jeux de loteries de la Société. L'une des conditions pour participer à un jeu de loterie est que le participant consent à respecter les règles du jeu (par. 9 (2), Règl. de l'Ont. 198/00). Pour obtenir leurs prix, les gagnants doivent satisfaire aux règlements de la Société. Les règlements de l'OLG stipulent que les gagnants doivent prouver qu'ils sont les « porteurs légitimes » des billets qu'ils présentent pour réclamer leur lot. Les billets de loterie sont vendus par des commerces de détail partout dans la province.

39 Les détaillants agréés vendent et valident les billets grâce aux terminaux informatiques fournis par la Société. Les détaillants individuels peuvent payer sur place les lots gagnants jusqu'à une valeur de 990 $[2]. Les lots d'un montant

---

[2] La plupart des détaillants peuvent encaisser des prix allant jusqu'à 300 $, mais certains sont autorisés à encaisser des prix d'un montant maximal de 990 $. Ce montant maximal est maintenant augmenté à 999 $.

supérieur doivent être réclamés directement à la Société. Pour un lot allant jusqu'à 50 000 $, un gagnant peut réclamer son prix en envoyant son billet par la poste à la Société, au Bureau des prix qui se trouve à Sault Ste. Marie. Pour les lots de 50 000 $ et plus, les gagnants doivent généralement se présenter en personne au Bureau des prix à Toronto. Récemment, certains casinos et certains centres de machines à sous aux champs de course ont été autorisés à payer des prix de loterie d'une valeur allant jusqu'à 250 000 $, mais les formalités de traitement des billets gagnants continuent de se faire au Bureau des prix de Toronto.

Les relations avec les détaillants

40 L'OLG a été créée pour générer des revenus pour la province, mais elle dépend d'environ 11 000 détaillants privés, allant de grandes pharmacies et de grands supermarchés à des petits dépanneurs et des kiosques, pour vendre ses produits de loterie. C'est une relation symbiotique. Les détaillants profitent des ventes des produits de loterie. Dans le cas des petits propriétaires de magasins, les ventes des produits de loterie peuvent faire toute la différence entre la réussite et l'échec. Les détaillants gagnent des commissions et des primes sur la vente et la validation des billets. Du 1er avril 2005 au 31 mars 2006, les détaillants en Ontario se sont partagé plus de 165 millions $ en commissions de vente et de remboursement. La Société entretient avec assiduité ses relations avec les détaillants. Le personnel de vente de la Société passe plusieurs heures avec les nouveaux détaillants pour leur expliquer ses procédures et les détaillants sont ensuite responsables de former leur personnel.

41 Les détaillants qui gèrent les terminaux de billets en ligne de la Société reçoivent chaque mois la visite de représentants de la Société, dont le personnel de vente est de 80 membres. Les détaillants qui ont un bon potentiel de vente reçoivent plus de visites que les détaillants dont le potentiel de vente est faible. De plus, 75 autres personnes sont en poste au Centre d'excellence à la clientèle, pour répondre chaque jour aux appels téléphoniques des détaillants. La Société fait également des sondages de satisfaction auprès des détaillants pour évaluer comment elle répond aux besoins de ce groupe important d'intéressés. Le personnel de vente de la Société ne fait pas que commercialiser ses produits, il doit aussi s'assurer que les détaillants respectent les règlements. Mais la Société n'est pas à l'aise avec cette responsabilité de l'application des règlements. Les détaillants sont ses alliés, et en fait ils comptent parmi ses meilleurs clients.

42 L'un des slogans que la Société aime utiliser est le suivant : « Votre confiance nous tient à coeur et nous sommes déterminés à la mériter. » Mais quand il s'agit

de choisir entre les intérêts des détaillants et ceux des clients, la Société a montré qu'elle avait une tendance égocentrique à favoriser les détaillants aux dépens du public.

Et le gagnant est?

Signaux manqués : l'histoire de Paul Rutherford

43 Paul Rutherford, de London en Ontario, a appris après une dure expérience que tous les détaillants des produits de loterie ne sont pas dignes de confiance. En 1993, M. Rutherford a partagé un billet avec une détaillante pour le tirage de Lottario du 17 juillet de cette année-là. Leur numéro a gagné et ils ont remporté un gros lot de plus de 400 000 $. Mais il y a eu un hic – la détaillante a présenté le billet à la Société en déclarant qu'elle en était la seule propriétaire.

44 Malheureusement, quand M. Rutherford a découvert que la détaillante l'avait dupé et quand il a communiqué avec la Société pour se plaindre, la Société avait déjà payé le prix. Trois ans plus tard, un tribunal a confirmé que M. Rutherford avait droit à la moitié du lot, mais il était trop tard. Certes, M. Rutherford avait pu récupérer une partie de l'argent auprès de la détaillante, mais elle avait ensuite déclaré faillite. M. Rutherford s'est alors tourné vers la Société, déclarant que sa perte financière résultait du fait que la Société avait omis d'enquêter correctement sur la réclamation du lot par la détaillante, puis avait omis de la poursuivre une fois qu'il avait fait connaître sa réclamation. La Société a pris pour position qu'elle était impartiale en cas de litige sur la propriété d'un billet et qu'elle ne pouvait donc rien faire. La Cour supérieure de justice de l'Ontario en a décidé autrement.

45 Dans l'affaire *Rutherford v. Ontario Lottery Corporation*[3], la cour a déterminé que la Société avait le devoir d'agir en tant que « payeur prudent » et qu'elle avait manqué à ce devoir. Le juge a conclu qu'un certain nombre de signaux d'alarme auraient dû être déclenchés quand le billet avait été présenté pour paiement et a signalé la nécessité d'une enquête ultérieure. Le juge a aussi critiqué le fait que, une fois alertée de la fraude, la Société n'avait pris aucune mesure pour récupérer les fonds qu'elle avait payés à la détaillante, en vertu de l'accord standard d'indemnisation qu'elle avait signé pour obtenir l'argent de son prix. Le juge a conclu que la Société avait fait preuve de négligence en omettant de prendre les mesures nécessaires pour récupérer la partie de l'argent qui revenait à M. Rutherford. Tout en reconnaissant que M. Rutherford était partiellement à

[3] *Rutherford v. Ontario Lottery Corporation*, (non publié, 17 juillet 2001, Cour supérieure de justice de l'Ontario).

blâmer pour ne pas s'être assuré que son nom était sur le billet et pour ne pas avoir communiqué plus tôt avec la Société, le juge a conclu que la Société devait payer à M. Rutherford la différence entre ce qu'il avait gagné et ce qu'il avait récupéré auprès de la détaillante. Le juge a également accordé à M. Rutherford le remboursement d'autres frais liés à la procédure.

46 L'affaire *Rutherford* offrait à la Société l'occasion idéale d'agir comme il faut envers les clients – c'est-à-dire d'accepter ses responsabilités envers le public et de prendre des mesures efficaces pour régler les problèmes de sécurité relatifs à la fraude et au vol des détaillants. Mais au lieu de s'empresser à s'acquitter de ce devoir, la Société l'a tout simplement ignoré.

Se battre pour se faire entendre : l'histoire de Bob Edmonds

47 Comme beaucoup d'autres Ontariens, Bob Edmonds aimait jouer à la loterie. Régulièrement, il jouait une combinaison de chiffres favoris qui avaient un sens particulier pour lui. Âgé de 78 ans, il jouait régulièrement à Lotto 6/49, Ontario 49 et Lotto Super 7. Le 5 juillet 2001, M. Edmonds a acheté un billet de Super 7 dans son magasin de variété à Coboconk, en jouant ses chiffres habituels. Le 13 juillet 2001, il a validé son billet dans un magasin à Fenelon Falls, a gagné un billet gratuit et a payé un dollar pour jouer à Encore. Le 27 juillet 2001, M. Edmonds est retourné dans son magasin à Coboconk pour vérifier si l'un de ses billets, y compris le billet gratuit qu'il avait gagné deux semaines auparavant, lui avaient porté chance. Quand la vendeuse qui était en service a validé le billet de M. Edmonds au terminal de loterie, M. Edmonds a entendu deux fois le signal musical, ce qui voulait dire qu'il avait gagné deux prix.

48 Mais la vendeuse lui a remis seulement un billet gratuit. Il a été surpris. Mais avec le sens de la réserve et la confiance qu'ont les gens qui habitent une petite ville, il a remercié la vendeuse et il est parti. La vendeuse et son mari, propriétaires du magasin, étaient ses bons amis. Malheureusement, M. Edmonds a vite découvert que sa confiance dans ces détaillants et dans tout le système de loterie de l'Ontario avait été trahie. À son insu, le 30 juillet 2001, la vendeuse et son mari sont allés au Centre des prix de la Société des loteries et des jeux de l'Ontario, à Toronto, pour réclamer un gros lot de Lotto Super 7 Encore d'un montant de 250 000 $.

49 Conformément à ses pratiques habituelles, la Société a posé une série de questions au couple. Sur le formulaire de réclamation du prix, la vendeuse a indiqué qu'elle était employée d'un magasin de variété, ce qui a alerté la Société qu'elle devrait appliquer sa Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société. La

vendeuse n'était pas au courant de cette politique et quand elle en a été informée, elle a commencé à raconter une autre histoire. Elle a déclaré qu'en fait, elle n'était pas vraiment une employée, mais qu'elle aidait de temps en temps son mari au magasin. Cette déclaration contredisait les inscriptions au dossier de la Société, qui indiquaient qu'elle était la personne-ressource du magasin. De plus, la vendeuse était à court de faits. Elle ne pouvait pas donner de renseignements clairs et précis sur la date et le lieu où elle avait acheté le billet gagnant. Le personnel du Bureau des prix a alors essayé de « l'aider » à se souvenir, comme il le fait habituellement. Sachant que le billet avait été acheté à Fenelon Falls, le personnel a insinué que c'était le lieu de l'achat. Mais la vendeuse est restée incapable de dire avec certitude où et quand elle avait obtenu le billet. Le personnel du Bureau des prix a décidé de lui laisser plus de temps pour penser aux détails de l'achat et de la validation et pour retrouver d'autres bordereaux de sélection à lui remettre. Quand le personnel a communiqué avec la vendeuse le lendemain, elle leur a donné des numéros qu'elle joue régulièrement – mais aucun d'eux n'avait été utilisé pour générer le billet gratuit gagnant.

50 La Société n'a pas été complètement crédule. L'histoire de la vendeuse a commencé à la préoccuper. La Société savait que les chiffres qui avaient créé la combinaison du billet gratuit gagnant étaient joués régulièrement, mais inexplicablement la réclamante ne pouvait pas se souvenir de les avoir joués. Elle ne pouvait pas dire non plus quelle signification particulière ils avaient pour elle. Dans un dossier interne de la Société, il est noté que la vendeuse essayait peut-être de toucher le prix du billet « au nom d'un client ». Le 2 août 2001, un enquêteur a donc été envoyé au magasin de Coboconk pour faire une entrevue avec la vendeuse et son mari. Comme la vendeuse ne pouvait toujours pas se souvenir comment elle avait obtenu ce billet, l'enquêteur lui a fait savoir que le billet gagnant était un billet gratuit, généré par un billet dont les chiffres avaient été sélectionnés manuellement (et non pas choisi au hasard par ordinateur), et que ces numéros apparaissaient sur d'autres billets de loterie émis par son magasin.

51 Une fois de plus, l'enquêteur lui a demandé si elle jouait certains numéros régulièrement. Elle lui a remis plusieurs bordereaux de sélection, mais aucun ne portait l'heureuse combinaison qui avait généré le numéro gagnant. Et soudain, comme une magicienne, la vendeuse a sorti un billet de son sac. Et, ô merveille, le billet portait les mystérieux chiffres gagnants! La vendeuse a alors expliqué que c'étaient les chiffres que son défunt père avait l'habitude de jouer, qu'elle n'en connaissait pas la signification et qu'elle-même ne les jouait que de temps en temps.

52 L'histoire de la vendeuse contraste fortement avec celle racontée par M. Edmonds. Selon lui, le jour avant la visite de l'enquêteur, soit le 1er août 2001, le propriétaire du magasin et sa femme l'avaient appelé et l'avait persuadé de leur donner certains de ses anciens billets de loterie – montrant les chiffres qu'il avait l'habitude de jouer. Le couple avait suggéré que M. Edmonds avait peut-être gagné et qu'il y avait une possibilité de participation à une promotion spéciale. À son insu, M. Edmonds leur avait remis l'élément de preuve qui allait convaincre la Société que la vendeuse était la propriétaire légitime du billet gagnant. Mais toute cette transaction avec ses amis avait laissé M. Edmonds dans la confusion et il s'est mis à avoir des soupçons. Ce même jour, il a téléphoné à la Société pour l'avertir qu'il soupçonnait quelque chose. Mais bien que les relevés téléphoniques confirment un appel de quatre minutes, la Société n'a gardé aucune trace du contenu de l'appel.

53 Une fois que le billet portant les « bons » chiffres a fait son apparition, les choses sont allées bon train. Le 3 août 2001, la Société a communiqué de nouveau avec la vendeuse du magasin, qui a redit que le billet n'appartenait à personne d'autre qu'à elle. Quelques jours plus tard, la vendeuse a fait une Déclaration statutaire attestant la véracité de sa version des faits. Le 14 août 2001, la Société a vérifié les comptes à recevoir du magasin et a confirmé qu'il n'avait aucune dette envers la Société. Des recherches ultérieures n'ont révélé aucun lot important gagné par ces détaillants, ni aucune enquête précédente à leur sujet. Le Service de vérification interne de la Société a examiné le cas et a recommandé le paiement. Mais des doutes subsistaient. Le 23 août 2001, un courriel interne faisait allusion aux contradictions de ce cas et suggérait :

> … à ce point, nous nous inquiétons [qu'elle] encaisse le billet au nom d'un membre de la famille, ce qu'elle nie… Nous ne pouvons pas prouver avec certitude [qu'elle] n'est pas légitimement propriétaire du billet; il est donc recommandé que le prix de 250 000 $ soit payé… immédiatement.

54 Ce même jour, un autre responsable des loteries a envoyé un courriel à un avocat interne de la Société pour l'interroger sur les répercussions de l'affaire Rutherford : « Étant donné le jugement qui a été rendu récemment sur les montants dus au copropriétaire d'un billet gagnant, sommes-nous suffisamment protégés si nous sommes amenés dans ce cas à faire face à une situation similaire? » La réponse donnée le 31 août 2001 suggérait qu'il n'y avait pas grand-chose à faire si quelqu'un « mentait » (même sous serment). Toutefois, la réponse notait aussi :

> Il serait intéressant de savoir exactement comment [la détaillante] a été guidée dans ses réponses quand elle a été interrogée sur le lieu d'achat du billet, et comment elle a expliqué la concordance des chiffres sélectionnés avec ceux d'un billet (gagnant) qui n'avait pas été émis par son propre magasin. Il est important de se souvenir que le jugement du tribunal auquel vous faites allusion (c.-à-d. *Rutherford*)… portait aussi en grande partie sur les mesures que [la Société] avait prises (ou avait « omis » de prendre une fois que le plaignant s'était présenté, alors que nous avions déjà le prix à quelqu'un d'autre).

55 Finalement, le paiement a été approuvé selon les procédures voulues et la vendeuse a reçu un chèque de 250 000 $ le 24 août 2001. Bob Edmonds a été stupéfait d'apprendre dans son journal local que la fortune avait souri à ses anciens amis. Il a compris alors que les détaillants, à qui il avait fait confiance, l'avaient dupé. Le 8 septembre 2001, M. Edmonds a communiqué avec la Société, qui lui a demandé de fournir de plus amples renseignements. Le 13 septembre 2001, il a envoyé par télécopie un croquis montrant ce qui s'était passé quand il était allé au magasin pour valider son billet gagnant, le tout accompagné de notes brèves. Ces renseignements avaient parfaitement du sens pour M. Edmonds, mais la Société a décidé qu'elle ne pouvait rien en faire. Le lendemain, M. Edmonds a envoyé par télécopie à la Société les notes qu'il avait prises dans son agenda pour le mois de juillet 2001, pour montrer où il se trouvait lorsque le billet gratuit avait été émis. Une fois de plus, la Société n'a pas compris où il voulait en venir. Mais au lieu de contacter M. Edmonds pour obtenir d'autres renseignements, la Société a laissé languir sa plainte. Le contraste est frappant : quand une personne « liée à la Société » se présente au Bureau des prix, le personnel se met en quatre pour l'aider à se souvenir, en lui donnant des indices pour confirmer qu'elle a gagné. Mais quand un homme âgé, confus et désemparé, appelle pour signaler un crime grave, personne ne se soucie de clarifier la nature de ses préoccupations.

56 Le 4 janvier 2002, le fils de M. Edmonds a appelé la Société pour savoir où en était le dossier de son père. On lui a dit alors que son père n'avait pas fourni de renseignements utiles. Le 8 janvier 2002, le fils de M. Edmonds a appelé de nouveau la Société pour lui faire savoir que la police enquêtait sur l'incident signalé par son père à la Société le 1er août 2001. Il a aussi envoyé par télécopie certains des billets de loterie de son père, montrant les chiffres que celui-ci jouait régulièrement. Le 11 janvier 2002, le fils de M. Edmonds a envoyé une lettre par télécopie à la Société, énonçant sa réclamation. Le même jour, un agent de la Police provinciale de l'Ontario a communiqué avec la Société à propos de ce cas.

57 *En janvier 2002, la Société a commencé à prendre M. Edmonds plus au sérieux.* Dans un courriel interne daté du 14 janvier 2002, elle note : « Les faits présentés dans la réclamation d'Edmonds sont exacts, ce qui nous mène à croire que le billet présenté [par la détaillante] pourrait avoir appartenu à Bob Edmonds. » Un autre gestionnaire a communiqué avec un avocat de la Société le 23 janvier 2002, lui demandant si la Société devrait :

> … poursuivre tous les moyens disponibles pour « geler » ou saisir les actifs du détaillant, afin que toute poursuite criminelle ou civile intentée ait finalement comme résultat que ce réclamant « récupère » le montant du prix (en présumant que le détaillant a « volé » le billet).

58 Mais la Société a continué de se montrer réticente. Le 25 janvier 2002, l'un de ses avocats a écrit une lettre classique de « rejet » à M. Edmonds, lui disant que c'était sa responsabilité de s'assurer que le détaillant était digne de confiance .

> Bien que l'OLG croie fermement que ses détaillants agissent en général correctement, et dans les intérêts véritables de ses clients, nous prenons au sérieux vos apparentes préoccupations et nous étudions comment le détaillant a agi dans votre situation… Cependant, n'oubliez pas que [la Société] n'est responsable d'aucune action présumée du détaillant, telle que suggérée par vous ou votre fils…

59 Les dossiers de la Société indiquent qu'elle a considéré l'option de se prévaloir de ses droits d'indemnisation envers le détaillant pour récupérer l'argent du prix, mais qu'elle l'a rejetée. De toute évidence, la légalité de la situation a été discutée. Comme l'un des dirigeants l'écrit dans un courriel interne :

> Bien que ces documents soient plutôt convaincants, je ne suis pas certain quelles normes d'éléments probants seraient requises pour gagner dans toute action en justice intentée par [la Société] contre le détaillant. Si la PPO a des motifs raisonnables de porter des accusations, et si ELLE LE FAIT, est-ce que ceci ne suffirait pas pour que [la Société] poursuive?

60 Le 1er mars 2002, la PPO a arrêté le couple du magasin de variété de Coboconk et l'a accusé de fraude et de vol d'un montant supérieur à 5 000 $, relativement à un prix de loterie. La Société est alors rapidement passée à l'action; elle a écrit au magasin de Coboconk et a suspendu ses privilèges de vendre des billets de loterie.

61 Le 8 mars 2002, M. Edmonds avait retenu les services d'un avocat et avait intenté une poursuite civile aux détaillants et à la Société. Quand la Société a reçu les

documents juridiques, elle est passée à la défensive. En dépit des opinions exprimées par certains dirigeants de la Société disant que la réclamation de M. Edmonds paraissait authentique, cet organisme gouvernemental qui brasse des milliards de dollars s'est préparé à livrer bataille à une personne âgée à la retraite. La Société a décidé alors d'introduire une demande entre défendeurs contre les détaillants, pour se protéger de toute répercussion financière au cas où M. Edmonds aurait gain de cause.

62 Pendant les quelques années qui ont suivi, l'affaire civile de M. Edmonds s'est étirée en longueur, en passant par les étapes habituelles : il y a eu des échanges de documents et les témoins clés ont été interviewés sous serment. (Élément révélateur : la Société n'a jamais fait allusion à la décision dans l'affaire Rutherford, durant toute la procédure.) En janvier 2005, M. Edmonds a réglé sa poursuite civile avec les détaillants, pour une somme de 150 000 $. Le même mois, la poursuite criminelle contre les détaillants a été suspendue, principalement parce qu'ils avaient indemnisé M. Edmonds. Toutefois, la poursuite de M. Edmonds contre la Société a continué. Un événement marquant a eu lieu le 15 mars 2005 quand le tribunal a rendu sa décision relativement au devoir de diligence que la Société avait envers M. Edmonds. La Société contestait avoir ce devoir. Considérant la Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société, le juge a déclaré :

> À mon avis, en adoptant cette politique, la [Société] a reconnu la possibilité réelle qu'un détaillant puisse obtenir un avantage injuste dans la conduite des jeux et puisse essayer de réclamer le billet d'un client comme étant le sien. [....]
>
> En appliquant cette politique, la [Société] a reconnu que la perception du public, selon laquelle une personne liée à la Société pourrait obtenir un avantage injuste par rapport à un simple client, était raisonnable.

63 Le juge a confirmé que la Société avait un devoir de diligence envers M. Edmonds. Le 17 mars 2005, la Société a réglé avec lui pour un montant de 200 000 $, après avoir dépensé 429 600 $ en frais juridiques pour se battre avec lui. Mais au printemps de 2005, les médias ont commencé à s'intéresser à l'affaire Edmonds. Mécontente de cette visibilité publique, la Société a invoqué la clause du « bâillon » de l'entente de règlement, et elle a averti M. Edmonds qu'elle lui intenterait des poursuites s'il racontait publiquement son histoire. Une autre phase de litige a commencé en juillet 2006 quand l'avocat de M. Edmonds a demandé au tribunal des instructions pour savoir jusqu'où M. Edmonds pouvait aller quand

il discuterait son cas. La Société a introduit une demande entre défendeurs, disant que M. Edmonds avait manqué au respect de l'entente de règlement.

64 La sonnerie d'alarme de l'affaire *Rutherford* n'avait pas tiré la Société des loteries et des jeux de l'Ontario de sa somnolence; celle de l'affaire *Edmonds* ne l'a pas fait non plus. Notre enquête a révélé que la Société sommeillait en fait depuis des années, ignorant les sonneries d'alarme quand il s'agissait de vols et de fraudes des détaillants.

Sur la voie intérieure

65 Avant octobre 2006, les clients qui gagnaient 50 000 $ ou plus à un jeu de l'OLG étaient considérés comme « des gagnants de lots importants ». Ils devaient passer une entrevue qui avait pour objectif de déterminer s'ils étaient légitimement propriétaires du billet gagnant et de les préparer à la publicité. Quand le gagnant d'un lot important était « une personne liée à la Société » conformément à la politique de la Société, des mesures supplémentaires étaient prises. La Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société désignait un certain nombre de fonctions comme « liées à la Société » – entre autres, celles des détaillants qui avaient été ajoutés à la liste en 1996. Mais la documentation de la Société suggérait que certains de ses dirigeants considéraient cette inclusion des détaillants comme une simple question d'apparence, et non pas comme un moyen de protéger la sécurité du système de loteries contre une menace réelle.

66 Quand quelqu'un se présentait au Bureau des prix à Toronto pour réclamer un « lot important », le personnel lui posait trois questions :

- Est-ce que c'est votre billet?
- Est-ce que vous partagez ce prix avec quelqu'un d'autre?
- Est-ce que vous êtes affilié à la Société de quelque façon que ce soit?

67 Si cette personne était identifiée comme liée à la Société, l'entrevue faite par le personnel du Bureau des prix accordait une place plus grande à l'historique de l'achat et de la validation du billet, ainsi qu'aux habitudes de jeu de cette personne. L'objectif de telles entrevues et de telles enquêtes de la Société était de confirmer que le billet avait bien été acheté par le réclamant. Dans le cas des billets « en ligne », la Société peut déterminer où et quand un billet a été acheté et validé, grâce à son système de données. En ce qui concerne les billets « instant » ou les billets « à gratter », la Société sait dans quel magasin de détail et à quel

moment un paquet de billets a été activé; elle peut aussi retracer les renseignements de validation des billets gagnants.

68 Plus le montant du prix est élevé, et plus le responsable de la Société qui doit approuver le paiement est à un poste élevé. Jusqu'à présent, la Société avait pour politique générale de payer les prix de moins de 50 000 $ sans faire d'enquête en profondeur à quiconque présentait un billet[4]. Les gagnants qui réclamaient des prix supérieurs à 50 000 $ étaient interrogés sur les détails de l'achat du billet et les renseignements étaient vérifiés grâce au système de données de l'OLG. S'il n'était pas possible de vérifier ces détails, des questions plus poussées étaient posées. Une fois que la Société étaient satisfaite, elle payait le prix. Dans les cas où certains détails restaient contestés, la Société demandait aux gagnants de signer une Déclaration statutaire attestant leur réclamation – et le paiement du prix pouvait être regardé jusqu'à la date d'expiration du billet (généralement un an). Quand deux ou plusieurs personnes contestaient qui était le propriétaire légitime du billet gagnant, la Société payait le prix en fiducie au tribunal tandis que les contestataires poursuivaient leurs réclamations.

69 Un examen des lots gagnés par des personnes liées à la Société de 1999 à 2006 montre que la Société a exigé la signature d'au moins huit Déclarations statutaires. Mais durant cette même époque, elle a refusé de payer un seul lot réclamé par une personne liée à la Société. Cependant, en 2003 et 2004, une série de réclamations problématiques faites par des personnes liées à la Société a entraîné un bras de fer sur la façon dont la Société percevait et traitait les lots gagnés à l'interne.

Qui trouve, garde

70 En avril 2003, un détaillant a envoyé par la poste un billet Encore qui avait gagné 250 000 $, pour le faire valider. Quand le détaillant est arrivé au Bureau des prix pour une entrevue, il s'est montré évasif et il n'a pas pu expliquer les chiffres sélectionnés manuellement. La Société a découvert que le détaillant s'était adressé à la police pour savoir quoi faire avec un billet perdu par un client. Après avoir été questionné plus avant au poste de police, le détaillant a avoué qu'il avait trouvé le billet et qu'il avait essayé de le réclamer comme s'il avait été le sien. À la suite d'un examen de la vidéo du magasin et de la parution d'un appel dans la presse, en avril 2004, le propriétaire légitime du billet a été retrouvé et a touché le prix. Le détaillant a été accusé de tentative de fraude.

---

[4] Dans le cas des prix supérieurs à 1 000 $, une vérification est également faite au Bureau des obligations familiales, pour tout paiement en souffrance.

71 Dans un autre cas en 2003, le propriétaire d'un dépanneur s'est présenté avec un billet gagnant de 6/49, sans pouvoir donner de renseignements sur l'achat du billet. Le détaillant a fini par admettre que sa femme avait trouvé le billet alors qu'elle nettoyait l'emplacement derrière le congélateur au magasin. La Société a payé le propriétaire du dépanneur, mais après la date d'expiration du billet.

Le meilleur est gratuit

72 Le lot le plus petit et donc le plus courant de l'OLG est le billet gratuit. Un billet en ligne est entré dans un terminal de loterie et s'il gagne, un nouveau billet est produit – qui peut ou non gagner un plus gros lot. La Société a reçu des plaintes à diverses reprises disant que les détaillants gardaient les billets gratuits des clients pour eux-mêmes. Dans un cas, un détaillant est arrivé au Bureau des prix avec un billet gratuit Encore qui avait gagné 250 000 $. Le billet gratuit avait été émis dans son magasin, mais le billet original provenait d'un autre magasin qu'il n'a pas pu identifier. Au cours de l'entrevue, il a refusé de faire un test polygraphique et a même demandé quel était le processus de réclamation pour « un billet trouvé ». En fin de compte la Société a accepté une Déclaration statutaire du détaillant et lui a payé le prix, après la date d'expiration du billet.

73 Dans un autre cas, des détaillants de Toronto se sont présentés en tant que gagnants à 6/49 Encore, avec un billet gratuit qui avait remporté un lot de 250 000 $, mais ils n'ont pu donner que des détails douteux sur l'achat de ce billet. Ils ont déclaré n'avoir jamais acheté de billets dans certains autres magasins, mais la Société avait les preuves nécessaires pour les contredire sur ce point. Et durant l'entrevue, les détaillants ont modifié leur histoire à propos de la validation du billet. Malgré les incohérences de leur explication, la Société a accepté que les détaillants signent une Déclaration statutaire et leur a payé le prix, quand le billet a expiré.

74 Mais l'histoire la plus choquante met en cause la sœur du gérant d'un dépanneur, dont les parents travaillaient également dans ce magasin. Cette femme a réclamé un gros lot de 12,5 millions $, avec un billet gratuit de Super 7. Au départ, elle a appelé le Bureau des prix et a dit qu'elle téléphonait au nom de son frère qui était « propriétaire » du billet. Quand elle s'est présentée au Bureau des prix, elle a déclaré qu'elle n'était pas affiliée à un détaillant. Elle a nié que le billet appartenait à son frère, expliquant qu'elle avait utilisé ce subterfuge pour protéger sa vie privée. Elle n'a pas pu fournir de détails pour confirmer quand le billet gagnant avait été émis et elle n'a pas même pu prouver qu'à la date d'émission du billet original elle était dans la ville où il avait été généré. La Société a préparé une Déclaration statutaire disant que la réclamante n'avait pas de frère et qu'elle

n'était affiliée à aucun détaillant, de quelque manière que ce soit. Mais la Société a découvert ensuite que cette femme portait le même nom de famille que le détaillant du magasin où le billet gagnant gratuit avait été émis, et cet homme a confirmé que la réclamante était bien sa sœur. Confrontée à cette déclaration, cette femme a redit qu'elle essayait de protéger la vie privée de sa famille. Chose incroyable, la Société a malgré tout payé 12,5 millions $ à cette femme, quand le billet a expiré.

Un moyen habile de « piquer »

75 En 2004, la Société a aussi découvert un cas extrême de « piquage », méthode grâce à laquelle les détaillants grattent très légèrement la surface des billets *instant* avec la pointe d'une aiguille, pour voir s'ils sont gagnants ou pas. Dans un magasin, la Société a découvert 67 billets qui avaient été de toute évidence ainsi grattés. Le contrat du détaillant a été suspendu.

Découvrir le fond de l'histoire

76 Apparemment, 2004 a été une année record pour les lots réclamés par des personnes liées à la Société. Il est effarant que la Société ait payé des millions de dollars dans de telles circonstances. Le côté ridicule de toute l'affaire n'a pas échappé aux dirigeants de la Société. Le 8 août 2004, un gestionnaire a préparé une séance d'information pour les cadres de direction. Il a noté que cette séance avait pour objectif de :

1. s'assurer que les cadres supérieurs sont au courant des méthodes actuelles et passées de paiement des prix;

2. signaler les circonstances où il y a raison de croire que les billets pourraient avoir été volés à des clients, qui ne soupçonnent rien;

3. chercher l'orientation à donner aux futures décisions de paiement et politique.

77 Son courriel faisait référence aux cinq réclamations mentionnées plus haut, pour lesquelles le statut du porteur des billets n'était pas clair. Il se terminait par un certain nombre de recommandations applicables à de telles circonstances, préconisant entre autres d'encourager les clients à signer leurs billets de loterie, d'installer chez les détaillants des dispositifs de vérification des billets, de changer la petite musique jouée par un terminal quand un billet gagne (pour signaler

l'importance du prix) et de geler les terminaux de vente quand un billet gagne un lot important (afin que le client puisse immédiatement parler au Centre d'excellence à la clientèle).

78 Ce même gestionnaire a continué d'exprimer des inquiétudes quant à la série de cas suspects et à promouvoir des mesures accrues de sécurité afin de prévenir la fraude des détaillants. Dans un courriel du 1er septembre 2004, il a expliqué en détail ses préoccupations à propos du cas du billet gagnant de 12,5 millions $. Il a noté alors :

> Les réclamations chez [ce] détaillant semblent indiquer l'existence d'un schéma qui pourrait montrer que ce détaillant réclame systématiquement les billets gagnants gratuits de clients sans méfiance.

79 Ce même jour, il a redit ses inquiétudes à propos de ce problème dans un courriel à son nouveau président-directeur général, en disant de ce cas : « J'en tremble encore dans mes chaussettes. » Le président-directeur général s'est montré compréhensif et a répondu par courriel :

> J'ai dû autrefois émettre des licences à des entreprises ou à des individus qui avaient les mains sales, j'en avais la certitude absolue. Mais je ne pouvais rien prouver. Parfois, il faut se pincer le nez…

80 En octobre 2004, ce même responsable qui avait à cœur les questions de sécurité a fait remarquer que les terminaux de loterie ne jouaient pas de musique durant la validation d'un billet gagnant de plus de 300 $ à moins de 990 $, tant que le détaillant n'avait pas dit « oui » au paiement. Il a fait remarquer que cette absence de signal musical donnait « très clairement l'occasion » au détaillant de ne pas payer le prix au client, soit accidentellement, soit intentionnellement. Il a souligné : « Je crois que cette fonction devrait être modifiée au plus vite. »

81 Ce souci pour les mesures de prévention contre la fraude des détaillants est louable, mais il n'était pas forcément partagé par les autres dirigeants. On pourrait penser que cette accumulation soudaine de cas suspects a incité la Société à s'interroger, et peut-être à intensifier le processus d'examen des gagnants liés à la Société. Mais bien au contraire.

82 Le 6 août 2004, un groupe de cadres de la Société s'est rencontré pour discuter comment faire le suivi des activités suspectes chez les détaillants. Mais le vice-président, Sécurité et Surveillance de la Société, a mis fin à cette initiative. Ce même mois, la Société a décidé que désormais un agent de sécurité appartenant au

secteur Sécurité et Surveillance de la Société n'assisterait plus aux premières entrevues avec les gagnants liés à la Société, au Bureau des prix. Le 13 août 2004, le vice-président, Sécurité et Surveillance de la Société, notait ceci dans un courriel :

> Veuillez suspendre ce programme jusqu'à nouvel ordre – nous n'entreprendrons aucune nouvelle enquête sur les gagnants liés à la Société et nous ne poursuivrons aucune enquête en cours sur les gagnants liés à la Société, jusqu'à nouvel ordre…

83 Certes, la Société a commencé à modifier ses méthodes quant aux gagnants liés à la Société. Mais au lieu de chercher à resserrer sa procédure à la lumière des preuves de fraudes et de vols réels et potentiels des détaillants, la Société a entamé un processus qui justifiait d'en faire moins.

Avec ou sans liens à la Société?

84 En août 2005, un gestionnaire de la Société a préparé deux notes de service sur la Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société. Il y recommandait que cette politique s'applique uniquement aux employés de la division des Loteries de la Société, et non pas aux détaillants. L'explication donnée à cette recommandation était essentiellement que la Société n'avait jamais refusé de payer une réclamation faite par une personne liée à la Société. Ce gestionnaire a également recommandé que la Société cesse de demander des détails sur l'achat du billet, pour adopter une « Politique du porteur (détenteur) » qui autoriserait la Société à tout simplement payer quiconque se présentait avec un billet gagnant.

85 Les changements proposés ont laissé certains gestionnaires perplexes. Comme l'a noté l'un d'eux dans un courriel daté du 15 octobre 2004, suivre une telle politique voudrait dire que les réclamations suspectes des détaillants identifiées cette année-là n'auraient pas été détectées. Pourtant, l'OLG a continué d'envisager d'exempter les détaillants de sa Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société. Nous avons obtenu une série de courriels internes allant de la fin de 2005 au début de 2006, au sujet des discussions sur les changements proposés.

86 La division de la Vérification interne est chargée de procéder aux entrevues de vérification avant que les prix ne soient payés aux gagnants liés à la Société. En 2005, cette division a vérifié les dossiers de réclamation de 31 de ces gagnants, dont trois réclamaient des lots supérieurs à 1 million $. Le 25 novembre 2005, un

gestionnaire de la vérification interne a envoyé un courriel à l'avocat principal de l'OLG, lui disant son inquiétude quant aux changements proposés à la Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société. Il a souligné que la proposition visant à restreindre la définition des « personnes liées à la Société », l'incitait à croire que « les problèmes de risque et de perception avaient peut-être été sous-estimés ou mal compris ».

87 Ce gestionnaire a aussi fait remarquer que « la Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société est l'une des questions dont les médias parlent le plus souvent et qui présente pour eux un grand intérêt du point de vue de l'intégrité. » Il a ajouté :

> Le ton de la « nouvelle » politique ignore l'optique de stricte intégrité qui prédomine historiquement à l'OLG et qui nous incite à une prudence extrême. Il y a un côté pratique et un angle de perception à cette politique.

88 Un courriel daté du 21 mars 2006 indiquait que la nouvelle Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société « serait axée sur la perception du public ». Nous avons obtenu plusieurs courriels montrant les ébauches de cette nouvelle politique. Dans un courriel du 20 avril 2006 aux cadres supérieurs de direction, la date visée de mise en œuvre était le 8 mai 2006.

89 Le 21 avril 2006, un gestionnaire a noté dans un courriel interne :

> Si nous adoptons une politique payer-le-porteur, le Bureau des prix ne cherchera plus à déterminer si un billet est présenté [pour] paiement par les ayants droit. Si nous ne posons plus de questions fondamentales pour déterminer qui est propriétaire, au moment de la réclamation, il y aura des répercussions en ce qui concerne les billets volés… les lots gagnés par des personnes liées à la Société… Nos possibilités de régler ces problèmes s'en trouveront érodées…

90 Parlant de la proposition d'éliminer les détaillants de la définition des « gagnants liés à la Société », il a noté :

> … Je considère qu'ils devraient être inclus. Tous les problèmes relatifs à des gagnants liés à la Société provenaient jusqu'à présent de détaillants ou de leur personnel.

91 La Société a pris certaines mesures pour protéger le public contre la fraude et le vol des détaillants, mais elle n'en a pas fait des priorités et leur mise en place a donc été longue. Huit mois après la suggestion d'installer des dispositifs de

vérification personnelle chez les détaillants, un projet pilote a été lancé pour installer ces dispositifs à titre d'essai dans 250 points de vente. Le 25 avril 2006, deux ans après la suggestion de geler les terminaux en ligne en cas de validation d'un lot important, la Société a instauré son processus de « gel du terminal » pour les lots importants de 50 000 $ ou plus. Depuis, une musique « grand gagnant » se fait entendre et un message vidéo apparaît sur l'écran pour la clientèle (écran vidéo au terminal en ligne) à la validation d'un billet gagnant un lot important. Quand il est gelé, un terminal de loterie cesse de fonctionner et le détaillant reçoit un signal lui rappelant qu'il doit appeler le Centre d'excellence à la clientèle, pour qu'un représentant confirme les détails du billet avec le client.

92 En dépit de ces améliorations de sécurité, l'OLG continuait à se préparer d'exclure les détaillants de sa Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société. Mais en avril 2006 une suite d'événements a mis halte à ce plan. C'est alors que le public a appris qu'un employé de la Société avait gagné un gros lot de 8,5 millions $ au Lotto 6/49. La Société a clamé qu'en raison de la sécurité stricte qui entourait ses loteries, aucune restriction n'était placée sur la participation des employés. Ce même mois, *the fifth estate* a commencé à poser des questions sur les gagnants liés à la Société, en rapport avec ses recherches sur l'affaire Edmonds. Lors de nos entrevues, les cadres supérieurs, y compris le président-directeur général, ont reconnu que ces événements les ont amenés à différer leur plan proposant de limiter les enquêtes sur les gagnants liés à la Société.

93 Les décisions prises ensuite par la Société reflètent bien ses préoccupations quant à son image et à son marketing. Au lieu d'attaquer de front le problème du vol et de la fraude des détaillants, la Société a entrepris de lancer une opération de maquillage.

Le jeu des noms

94 C'est en septembre 2006 que la nouvelle identité commerciale de la Société des loteries et des jeux de l'Ontario a été dévoilée, avec le nouvel acronyme « OLG », et non plus « OLGC ». Sur son site Web, cette nouvelle OLG se vantait en ces termes :

> L'un des meilleurs moyens de parvenir à nos objectifs commerciaux et de remplir nos obligations envers les Ontariens est de nous acquitter de la « promesse de marque » de l'OLG – créer un climat d'enthousiasme et de possibilités pour les clients, dans un environnement de sécurité et de

responsabilité – envers un plus grand segment de la population adulte de la province.

Les marques puissantes inspirent la confiance à la clientèle et au public. Une marque OLG puissante est un cachet de qualité et d'intégrité dans le monde du jeu…

Une image de marque unique et cohérente de l'OLG… nous permettra de consolider notre capital-marque pour tous nos produits de divertissement, de même qu'une marque de commerce réputée et fiable donne un « sceau » de qualité et d'authenticité aux consommateurs lors de leurs achats.

Le capital-marque que nous avons acquis au cours de notre histoire reflète la confiance que les Ontariens attachent à nos produits de divertissement. C'est précisément la raison pour laquelle nous avons choisi une approche évolutionnaire pour changer notre nom et notre logotype…

95 Le logo traditionnel de la Société des loteries et des jeux de l'Ontario a été modifié. La Société a conservé son triangle rouge, mais trois cercles bleus ont été tracés autour des lettres « OLG » pour refléter les trois valeurs fondamentales de la Société : intégrité, respect et imputabilité. La Société a déclaré :

> Notre stratégie de marque a pour objectif d'unifier tous les produits, services, et sites de l'OLG, avec une même identité, et d'insuffler une confiance plus grande encore dans toutes nos activités opérationnelles.

96 Cet exercice de modification de la marque a coûté cher. La création de cet effet de « halo » autour de tous les produits et services de la Société a coûté 190 000 $ pour la nouvelle marque et le nouveau logo, plus 3,18 millions $ pour la nouvelle signalisation[5]. De plus, la Société a installé son Bureau des prix de Toronto dans de nouveaux locaux accueillants pour les médias, au centre-ville. Mais cette tentative « d'insuffler une confiance plus grande encore » a été mise à mal tout juste un mois après le lancement de la nouvelle identité de la Société.

---

[5] L'OLG déclare toutefois que la nouvelle signalisation dans les lieux de jeu, chiffrée à 2,66 millions $, n'était pas directement liée à cette initiative de marque car il n'existait pas de signalisation commerciale dans ces lieux auparavant.

Le contrôle des dégâts

97 La CBC n'a pas pris l'OLG par surprise quand elle a diffusé *Luck of the Draw*. La CBC avait donné une idée du contenu avant la diffusion et avait interviewé des dirigeants de la Société. La Société est passée aussitôt en mode « contrôle des dégâts ». Le 24 octobre 2005, soit le jour où les nouvelles de la CBC ont dévoilé l'histoire de Bob Edmonds, en prélude à la diffusion de *the fifth estate*, la Société a affiché des renseignements sur son site Web pour rassurer les joueurs de loterie. Sous le titre « L'Ontario est un chef de file dans la sécurité des loteries », elle a noté qu'elle faisait chaque année environ 700 millions de transactions avec des joueurs de loterie, grâce à son réseau de détaillants, et qu'elle payait plus de 1,2 milliard $ en lots. La Société a déclaré : « L'intégrité est une valeur fondamentale à l'OLG et nous offrons l'un des produits les plus sûrs et les mieux réglementés au monde. » Anticipant les préoccupations quant aux lots gagnés par des personnes liées à la Société, elle a affiché ce texte sur son site Web :

> Il est crucial de noter que quand un détaillant/un commis gagne un prix important, l'OLG fait une enquête dans 100 % des cas. Chacun des cas est analysé à fond par notre personnel interne. Si l'OLG croit qu'une réclamation de prix de loterie pose un sérieux problème, elle s'adresse à la police.
>
> Au cours des cinq dernières années, l'OLG n'a appelé la Police provinciale de l'Ontario que quatre fois, et dans deux de ces cas uniquement pour des demandes de renseignements.
>
> Nous continuons de défendre les hommes et les femmes qui gagnent leur vie en travaillant dur dans les dépanneurs et qui sont en général des gens honnêtes et dévoués, comme la majorité de la population.

98 La Société a aussi précisé qu'elle avait pris un certain nombre de mesures de sécurité, notamment en installant des écrans vidéo qui font face aux clients aux terminaux de loterie. Ces dispositifs affichent un message et font entendre une petite musique avertissant les clients qu'ils ont gagné. À la rubrique « Protection de la clientèle », la Société a recommandé que les clients signent à l'endos de leurs billets, vérifient eux-mêmes leurs numéros et demandent au détaillant de leur montrer leurs bordereaux de validation. Mais ces premières tentatives de défense, axées sur des efforts de relations publiques, se sont révélées insuffisantes pour faire barrage à la vague de critiques qui s'est très vite levée.

Le réveil

99 Le 25 octobre 2006 restera dans les annales de la Société des loteries et des jeux de l'Ontario. Durant notre enquête, un responsable de la Société y a fait sombrement référence, disant : « Pour nous, c'est notre 10-25 ». La veille, les nouvelles de la CBC avaient annoncé le reportage de *the fifth estate*, et les autres médias, journaux et radios de toute la province et du pays avaient repris la nouvelle. Ensuite, les événements se sont précipités. À l'Assemblée législative, les députés se sont dit inquiets de la situation à la Société des loteries et des jeux de l'Ontario. Durant la période de questions cet après-midi-là, le ministre du Renouvellement de l'infrastructure publique a défendu la Société, en faisant référence à ses importants mécanismes de contrôle interne. Le ministre a cité l'opinion d'une des firmes de vérification judiciaires les plus réputées, Ernst & Young, sur la sécurité des processus à la Société :

> … les processus de contrôle interne de notre système de loterie sont adéquats. Les personnes qui réclament un prix et qui relèvent de la Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société sont soumis à un examen supplémentaire et à des entrevues de la part du Bureau des prix de l'OLG, et le service de la vérification interne de l'OLG examine la réclamation avant d'approuver le paiement.

100 Néanmoins, d'autres mesures s'imposaient évidemment pour établir la réputation de la Société. Le 25 octobre 2006, le ministre a écrit à l'OLG, soulignant que « les revenus des programmes de l'OLG sont essentiels à la Province pour assurer la prestation de nombreux programmes sociaux importants ». Tout en félicitant la Société, le ministre a noté : « L'Ontario a montré qu'il était parmi les meilleures juridictions en ce qui concerne la sécurité des loteries, grâce aux engagements et aux efforts de l'OLG ». Il a demandé à la Société d'enquêter en profondeur sur les allégations de la CBC selon lesquelles le problème des gagnants liés à la Société était répandu :

> Je comprends que vos cadres supérieurs ne sont pas actuellement en mesure de confirmer ou de démentir les affirmations de *the fifth estate*, à partir des renseignements dont ils disposent actuellement. J'aimerais que vous m'assuriez que l'OLG va entreprendre un examen complet et une analyse en profondeur, et que vous me ferez part de vos conclusions pour le 8 novembre 2006.

101 Le soir du 25 octobre 2006, les responsables de la Société sont restés collés à leurs écrans de télévision, pour regarder le reportage de *the fifth estate*. L'effet a

été celui d'une douche d'eau froide et a tiré l'OLG de sa longue stupeur. Le slogan de la Société des loteries et des jeux de l'Ontario, « Un monde de possibilités, tous les jours », a pris une nouvelle signification – menaçante, cette fois. L'émission racontait non seulement l'histoire de M. Edmonds mais mettait aussi en vedette un statisticien qui déclarait que la probabilité naturelle de voir 200 « personnes liées à la Société » gagner des prix supérieurs à 50 000 $ était quasiment inconcevable – soit de « une pour un trillion de trillion de trillion de trillion ». Les jeux *instant* étaient déclarés particulièrement problématiques. Du coup, la Société s'est retrouvée face à de gros défis. Elle devait rapidement rétablir sa position et regagner la confiance du public pour s'acquitter efficacement de son mandat et procurer des milliards de dollars de revenus à l'Ontario.

102 Quand le premier ministre de l'Ontario s'est levé à l'Assemblée législative, l'après-midi du 26 octobre 2006, il a reconnu la gravité des allégations et a déclaré :

> Le fait est que des milliers, sinon des dizaines de milliers d'Ontariens jouent régulièrement leur argent et ils sont complètement en droit d'attendre que le système géré par la Société des loteries et des jeux de l'Ontario soit d'une intégrité entière et réponde à tous les besoins en matière de sécurité.

103 Le premier ministre a fait référence à l'examen demandé par le ministre, ainsi qu'à mon enquête, et a dit que le gouvernement attendrait leur issue. Le ministre a aussi exprimé ses regrets à propos du cauchemar qu'avait vécu M. Edmonds et a fait savoir que le président-directeur général de l'OLG lui présenterait personnellement des excuses. Le président-directeur général de la Société a également répondu :

> Nous attendrons avec impatience toute recommandation faite pour améliorer notre service à la clientèle et pour garantir notre place de chef de file en matière de sécurité des loteries. L'OLG s'engage à collaborer pleinement aux examens de ses pratiques et à faire preuve de transparence quant à l'ensemble de ses activités.

104 La première mesure prise par la Société a été de reconnaître enfin qu'elle avait fait du tort à Bob Edmonds. Le 26 octobre 2006, le président-directeur général a annoncé que la Société « souhaitant éliminer tout obstacle potentiel à l'enquête de l'Ombudsman » avait décidé de libérer M. Edmonds de son obligation de confidentialité. Le président-directeur général a déclaré :

Il s'agit là d'une situation regrettable, qui n'aurait jamais dû se produire, et qui était clairement inacceptable pour toutes les parties en cause. J'ai parlé à M. Edmonds et je lui ai présenté personnellement des excuses.

105 Sachant à quel point il était mauvais pour son image d'avoir dépensé près d'un demi-million de dollars à livrer bataille à M. Edmonds, la Société a affiché sur son site Web un texte disant que les détaillants avaient reçu l'ordre de faire restitution. En fait, c'était faux – les détaillants avaient volontairement accepté de payer 200 000 $ à la Société. Mais au rythme de 300 $ par mois, il est peu probable qu'ils parviennent un jour à rembourser cette dette. De plus, bien qu'appropriées et longuement attendues, les excuses présentées à M. Edmonds ne rectifiaient en rien le problème systémique profond de l'indifférence historique de la Société face à la mauvaise conduite de ses détaillants. Entre-temps, la Société se préparait à consacrer un temps, une énergie et des fonds considérables pour contester les statistiques de la CBC.

Jeu des nombres : quantifier les gains des personnes liées à la Société

106 En avril 2006, *the fifth estate* a fait une requête en vertu de la *Loi sur l'accès à l'information et la protection de la vie privée* demandant divers renseignements à l'OLG, dont les formulaires de réclamation des personnes liées à la Société et des statistiques sur la fréquence de ce type de gains. Cette requête a mis l'OLG dans une position délicate, car elle n'avait pas conservé pareilles statistiques et n'avait pas surveillé le nombre de gagnants liés à la Société. Les chiffres donnés par la Société à la CBC en juillet 2006 ont montré que sur un total d'environ 2,6 milliards $ de prix importants entre 1999 et juillet 2006, approximativement 100 millions $ avaient été gagnés par des personnes liées à la Société.

Ceci représente 214 gros lots gagnés par des personnes liées à la Société, sur un total de 5 713 gros lots. La Société nous a fourni certains formulaires de réclamation des personnes liées à la Société, mais environ 60 étaient manquants. Nous n'avons donc pas pu déterminer combien de détaillants il y avait parmi ces « personnes liées à la Société ».

107 La CBC a remis l'information qu'elle avait obtenue de l'OLG, avec les résultats d'un sondage fait par elle auprès de 200 détaillants, au professeur Jeffrey S. Rosenthal qui enseigne les statistiques à l'Université de Toronto. Prenant pour hypothèse qu'il y avait 10 300 lieux de vente au détail des produits de loterie de

l'OLG, le professeur Rosenthal a estimé que le nombre total des employés des détaillants étaient de 36 050. Il a aussi pris en considération la preuve présentée par un responsable de la Société au procès de M. Edmonds montrant que le nombre des détaillants était de 50 000 à 60 000. Partant de tout cela, le professeur Rosenthal a déterminé qu'un détaillant dépense en moyenne 1,5 fois plus en jeu de loteries qu'un client adulte moyen.

108 Le professeur Rosenthal a fait paraître un rapport, *Analysis of Insider Ontario Lottery Wins*, pour *the fifth estate*. Il y a conclu que les détaillants gagnaient des prix de 50 000 $ et plus environ 5,7 fois plus souvent que la normale, en prenant pour hypothèse qu'il y avait 36 050 détaillants – ou 3,5 fois plus que la normale, en prenant pour hypothèse qu'il y avait 60 000 détaillants. Dans un cas comme dans l'autre, il a déclaré que la probabilité que ceci résulte uniquement de la chance était inférieure à une pour un trillion de trillion de trillion de trillion – c.-à-d. impossible. À son avis, ceci semblait indiquer que tout comme M. Edmonds d'autres clients de la loterie avaient été escroqués de leurs lots importants. Il a conclu que les propriétaires et les employés des magasins gagnaient beaucoup plus de lots importants qu'ils ne le pouvaient par simple chance. Il a aussi découvert que les détaillaient gagnaient aux jeux *instant* environ 15 fois plus souvent que la normale, si on prenait pour hypothèse que le nombre des détaillants était de 36 050 (ou neuf fois plus souvent que la normale, si on prenait pour hypothèse que le nombre des détaillants était de 60 000) – et il était tout simplement impossible du point de vue des statistiques que ceci puisse se produire par pur hasard.

109 Avant même la diffusion de l'émission de *the fifth estate*, la Société avait fait des bras et des jambes pour contester cette hypothèse. Un courriel de la Société datée du 17 octobre 2006 notait :

> Récemment, l'OLG a fait une entrevue intense à la caméra avec *the fifth estate*, où nous avons réitéré qu'à notre avis ce phénomène [de lots importants gagnés par des personnes liées à la Société] est rare, mais que nous l'avons pris très au sérieux. Et bien que la CBC ait attaqué l'OLG sur plusieurs points, auxquels nous avons répondu, voici l'une des principales questions en cause :
>
> La CBC affirme que son enquête montre que les détaillants gagnent beaucoup plus souvent que la moyenne des Ontariens, et que dans certains cas (billets *instant*), ils gagnent en fait 10 fois plus souvent que les autres clients de la loterie, ce qui indiquerait que les détaillants volent des billets.

> Ici à l'OLG, nous procédons actuellement à une analyse poussée de nos données, mais nos conclusions préliminaires montrent que la CBC est vraiment, vraiment à côté de la plaque. Nous croyons qu'ils sont arrivés à ces résultats principalement parce qu'ils travaillent à partir d'un nombre de détaillants et de commis beaucoup plus petit que dans la réalité. La CBC a obtenu le nombre des personnes liées à la Société à l'OLG, après une demande de LAC, mais elle s'est procurée le total des détaillants auprès d'autres sources, et ce total est trop bas. Nous travaillons pour rectifier ce problème et nous allons lui envoyer notre analyse.

110 À la suite de l'analyse initiale du professeur Rosenthal, et plusieurs jours avant la diffusion de *the fifth estate*, la Société a informé la CBC qu'elle estimait à 140 217 le nombre total d'employés des détaillants. Le professeur Rosenthal a dit jugé que ce total était gonflé, mais il a conclu que ceci n'expliquait toujours pas le grand nombre de personnes liées à la Société qui gagnaient des lots importants.

111 Mes enquêteurs ont rencontré le professeur Rosenthal. Il leur a expliqué qu'il était convaincu que pour bien comprendre la question des lots gagnés par des personnes liées à la Société, il fallait savoir combien des 214 gagnants liés à la Société et soumis a une enquête appartenaient à chacune des catégories de détaillants des produits de loterie (dépanneurs indépendants, dépanneurs appartenant à une chaîne, stations-essence avec dépanneur, supermarchés, pharmacies, etc.). Il a défendu son analyse initiale et il a expliqué qu'il avait pris en considération le fait que les détaillants des produits de loterie dépensaient davantage en billets de loterie que les adultes ontariens moyens. Selon lui, même les derniers chiffres communiqués par l'OLG n'expliquaient pas tous les lots gagnés par des personnes liées à la Société.

Quand les chiffres ne concordent pas

112 La Société a maintenu qu'il était quasiment impossible de tenir des relevés précis sur le nombre d'employés des détaillants des produits de loterie, à cause de la différence entre les types de commerce et de l'important roulement du personnel dans cette industrie. Le chiffre de 140 217, bien que précis, mais n'était en fait qu'une estimation faite au jugé. D'après ses propres recherches, la Société a conclu qu'il y avait 10 911 détaillants et a estimé le nombre d'employés pour chaque type de détaillant. Par exemple, pour chaque dépanneur indépendant, elle a estimé que quatre employés travaillaient aux ventes, avec un roulement annuel d'un employé, mais pour les dépanneurs appartenant à une chaîne, elle a estimé le nombre des employés à cinq, avec un roulement de deux employés. Pour les

stations-essence avec dépanneur, elle a estimé à huit le total des employés, avec un roulement annuel de 50 %.

113 Il est difficile de savoir quelle confiance faire à l'estimation du nombre des détaillants fournie par l'OLG à la CBC. À un moment donné, un membre du personnel a mentionné que, comme certains supermarchés ne permettent pas à tout le monde de valider les billets, le nombre des détaillants liés à la Société pourrait être ramené à 106 185. À un autre moment, le total de 175 000 a été avancé pour tenir compte de tous les employés des détaillants, même s'ils ne s'occupent pas des billets de loterie.

114 Comme la Société n'avait pas les statistiques et les analyses nécessaires pour réfuter les conclusions du professeur Rosenthal, elle a entrepris de les créer – mais sans parvenir à trouver des chiffres définitifs. Elle a d'abord dit à la CBC que, de 1999 à juillet 2006, le nombre de lots importants était de 5 713. Mais après avoir calculé la fréquence des lots gagnés par des personnes liées à la Société et après avoir constaté qu'elle était de 2,4 fois plus élevée que pour l'ensemble de la population, de 1999 à 2005, elle a utilisé un total de 5 931 lots importants. Par la suite, ce total a été recalculé pour devenir 5 385, et plus tard 5 337. La Société a expliqué à mon bureau que la différence entre les derniers chiffres résultait probablement du fait qu'un jeu avait été omis. Toutefois, la Société maintient que ceci ne change en rien le résultat final : la fréquence des lots gagnés par des personnes liées à la Société est de 2,4 fois plus élevée que celle de la population en général, par opposition aux résultats beaucoup plus élevés avancés dans l'analyse du professeur Rosenthal.

115 La Société a un peu mieux réussi à identifier les catégories de personnes liées à la Société qui avaient gagné gros. Pour la période allant de janvier 1999 au 6 novembre 2006, elle a trouvé 220 gagnants liés à la Société parmi les gagnants de lots importants : 78 d'entre eux étaient des détaillants propriétaires de leur commerce, 131 étaient des employés des détaillants, neuf étaient des employés de la Société et deux étaient des membres de la famille d'employés de la Société. Aucun employé des autres secteurs couverts par la Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société n'avait signalé avoir gagné un prix important. La Société s'est aussi tournée vers une firme d'enquête de marché pour vérifier sa théorie que les détaillants jouent davantage que le public en général (et devraient donc logiquement gagner plus souvent). Cette firme a fait un sondage auprès de 380 détaillants les 23 et 24 octobre 2006, et les résultats ont été communiqués les 25 et 26 octobre de cette même année. La firme a constaté que sur une période de quatre semaines, les détaillants des produits de loterie avaient dépensé en moyenne 2,8 fois plus en billets de loterie, par personne, que les autres clients

(33,90 $ contre 12,30 $). Quand les résultats ont été pondérés en fonction de différents taux de dépenses pour les propriétaires, les employés et les gestionnaires, le résultat a été réduit à 1,9 fois celui de la population en général (23,30 $ contre 12,20 $). La firme a conclu :

> Toute autre chose étant égale, le total des lots [gagnés par les détaillants] devrait être proportionnel au total plus élevé de leurs dépenses au jeu.

116 Juste après la diffusion de l'émission de *the fifth estate* le 25 octobre, la Société a reçu un appel d'un mathématicien. D'après son analyse, les probabilités de gagner des lots d'un montant supérieur à 50 000 $ différaient selon le jeu joué, et 200 lots gagnés parmi 140 000 détaillants étaient en fait pas mal impossible. Le mathématicien a considéré deux hypothèses – les détaillants sont plus grands joueurs, et les grands joueurs dépensent plus d'argent aux jeux où les probabilités de gagner un montant supérieur à 50 000 $ sont plus grandes.

117 La Société a aussi sollicité l'appui d'un statisticien, à qui elle avait fait appel précédemment, pour revoir les probabilités des jeux et pour la conseiller à ce sujet. Le statisticien a présenté son rapport à la Société le 29 octobre 2006. Il a déclaré que, sans une bonne estimation du nombre de billets achetés par les personnes liées à la Société, il était impossible de se prononcer avec exactitude.

118 N'ayant toujours pas de réponse définitive, la Société a décidé d'engager une autre compagnie d'enquête de marché et lui a demandé d'étudier les données sur le nombre de lots gagnés par des personnes liées à la Société, de 1999 à 2006. Cette compagnie a présenté son rapport le 3 novembre 2006. Voici ce qu'elle a constaté :

> Notre étude montre que les détaillants gagnent des lots de 50 000 $ ou plus dans une proportion plus grande que l'ensemble de la population tout simplement parce que :
>
> - ils dépensent plus d'argent (23,30 $ contre 12,20 $; c.-à-d. 1,9 fois plus);
> - ils ont tendance à dépenser des montants disproportionnés dans les jeux qui ont de meilleures probabilités (c.-à-d. Instant Crossword, Daily Keno et Encore);
> - ils sont mieux informés des probabilités de loterie et du nombre de lots offerts pour les jeux *instant*.

119 Ce rapport de recherche disait que si les dépenses par détaillant équivalaient approximativement à deux fois les dépenses par client au sein de la population en général, toute autre chose étant égale, la fréquence de leurs gains serait deux fois celle des clients. Le rapport a ainsi terminé :

> D'après ces renseignements, nous concluons que l'écart présumé entre le nombre réel de « lots gagnés par des personnes liés à la Société » et le nombre théorique de gagnants « prévus» serait beaucoup plus petit que celui donné dans les médias.

120 La Société a aussi fait appel à un statisticien d'une université américaine, qui a présenté ses conclusions le 1er décembre 2006. Ce statisticien a fait rapport sur l'incertitude des données utilisées par le professeur Rosenthal dans ses calculs. Il a suggéré que les vraies questions à poser étaient de savoir si les personnes liées à la Société ajustaient leurs habitudes de jeu en raison de leur contact avec les joueurs de loterie, et si oui, gagnaient-elles plus fréquemment que prévu à cause de cette expérience.

121 Le 23 janvier 2007, un autre professeur d'une université américaine a fait savoir à la Société qu'il y avait beaucoup d'incertitude quant au nombre réel de détaillants liés à la Société et à leurs habitudes de dépenses. « Les personnes liées à la Société sont peut-être mieux informées et jouent peut-être plus souvent aux jeux avec de meilleures chances que le public en général. » Ce professeur a conclu que « la différence entre le nombre prévu et le nombre réel de lots gagnés par des personnes liées à la Société pourrait tout simplement s'inscrire dans les limites de variation normale de chance ».

122 Enfin, le 29 janvier 2007, un autre professeur d'université, qui enseigne les mathématiques et les statistiques au Canada, a soumis à l'OLG son évaluation de l'analyse de *the fifth estate* sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société. Il a déclaré :

> Ma conclusion générale est qu'à partir des données existantes, il n'est pas justifié d'affirmer que les détaillants gagnent plus souvent car une telle inférence dépend du nombre de détaillants et des montants qu'ils dépensent chaque année aux jeux de loterie, ce qui n'est pas connu avec grande certitude. [....]
>
> Étant donné toutes les loteries n'ont pas la même fréquence de jeu, l'applicabilité [du modèle utilisé par le professeur Rosenthal] se trouve limitée.

Ce professeur a ajouté que « le climat a été suffisamment empoisonné depuis l'émission de la CBC pour que les futurs sondages sur les données ne soient pas fiables ».

123 Pour l'enquête de mon bureau, nous avons retenu les services de notre propre expert, un professeur de statistiques et d'actuariat dans une université ontarienne, et nous lui avons demandé de nous aider à analyser les opinions divergentes des divers experts. Il a fait écho aux commentaires de certains quant au manque de fiabilité des données sur lesquelles reposait l'évaluation du professeur Rosenthal. Il a noté qu'en général si les lots gagnés à la loterie étaient répartis de manière juste, on pourrait s'attendre à ce que la proportion des lots gagnés par des personnes liées à la Société corresponde à la proportion de l'argent dépensé par elles. À son avis, le type d'analyse des probabilités fait par le professeur Rosenthal est utile et devrait indiquer à l'OLG qu'elle doit prendre des mesures pour prévenir les fraudes des personnes liées à la Société.

124 Notre expert a aussi fait un certain nombre de recommandations. Il a suggéré que la Société devrait concevoir des méthodes pour obtenir régulièrement une estimation fiable, ou même un compte réel, du nombre de personnes liées à la Société. À son avis, ceci pourrait se faire par un recensement effectué chaque année, ou tous les deux ans, de tous les commerces de détail qui vendent des produits de loterie. Pour obtenir des résultats valables, il faudrait que chaque point de vente déclare les noms du propriétaire et des employés préposés à la vente des billets. Il a aussi suggéré que la Société adopte une définition claire et concrète de l'expression « personnes liées à la Société », appliquée aux détaillants dans tous les points de vente. Il a conclu que la Société devrait adopter une méthode qui lui permette de faire une estimation valide du montant total d'argent dépensé en jeux de loterie par les personnes liées à la Société. Enfin, il a conclu qu'à titre de mesure de contrôle de la qualité, la Société devrait régulièrement vérifier la probabilité des lots gagnés par les personnes liées à la Société, en se servant de données exactes, et enquêter au besoin sur les procédures de sécurité. Il a suggéré que ceci pourrait être fait ou supervisé par le statisticien de la Société.

125 Certes, il était prévisible que les experts ne s'entendent pas. Mais il semble logique que, plus la Société disposera de renseignements précis sur l'incidence des lots gagnés par les détaillants, et en fait par les personnes liées à la Société, et mieux elle sera préparée à évaluer si ses divers produits de loterie présentent des problèmes de sécurité. En négligeant de recueillir ces renseignements, la Société s'est rendue vulnérable, et à son tour elle a transmis cette vulnérabilité à ses clients.

126 En plus du temps passé par son personnel à rassembler des données et à produire des statistiques sur tout ce problème, la Société a payé 5 000 $ pour le sondage sur l'argent dépensé à la loterie par les détaillants et 44 250 $ pour obtenir l'opinion de statisticiens externes. L'OLG ne devrait pas être prise à nouveau au dépourvu au sujet de la collecte et de l'analyse des statistiques. Le président-directeur général de la Société nous a déclaré qu'à l'avenir, elle tiendra un relevé des lots gagnés par des personnes liées à la Société mais il n'a pas précisé quelle forme prendrait ce processus.

127 Quand la Société a commencé à voir qu'elle ne pourrait pas contester catégoriquement les allégations statistiques de *the fifth estate*, elle a essayé de détourner les critiques du public en faisant une campagne pour lui redonner confiance dans le système de loteries, grâce à diverses améliorations.

Rétablir une réputation : le plan en sept points

128 Sans pour autant reconnaître qu'elle avait manqué de vigilance en ce qui concerne la protection du public contre la fraude et le vol perpétrés par des détaillants, la Société a commencé à prendre des mesures pour recouvrer le « capital de sympathie » perdu à la suite de l'émission *Luck of the Draw*. Elle a engagé la firme de vérification judiciaire KPMG pour mener l'examen demandé par le ministre. La firme KPMG s'est mise au travail le 29 octobre 2006 et le 3 novembre 2006 elle a présenté à la Société son Rapport de phase I, dans lequel elle faisait les cinq recommandations suivantes :

1. L'OLG devrait lancer une campagne de sensibilisation générale pour informer les clients des techniques dont ils devraient se servir pour protéger leurs billets. En particulier, la campagne devrait insister sur la nécessité de remplir et de signer le verso du billet au moment de l'achat.

2. L'OLG devrait instituer une politique selon laquelle les détaillants ne valideraient les billets que si les client les avaient remplis et signés au verso. Pour être validés et traités, les billets devraient avoir été signés. En plus de fournir aux détaillants une formation sur cette politique, l'OLG devrait étudier des moyens appropriés de la faire appliquer et respecter.

3. L'OLG devrait prévoir une installation plus générale des dispositifs de vérification de billets par les clients, en même temps qu'un programme adéquat de sensibilisation.

4. L'OLG devrait envisager de revoir sa définition de « personne liée à la Société » et de réviser sa politique à ce sujet pour la rendre plus pratique et plus facile à contrôler. Entre autres modifications à la politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société, nous suggérons d'abaisser le montant-seuil qui déclenche des vérifications et des procédures plus poussées, qui est maintenant de 50 000 $. La Société devrait envisager de revenir au montant-seuil de 10 000 $, en vigueur en 1995.

5. L'OLG devrait étudier la mise en œuvre d'un relevé automatique des appels au Centre de communication. Conjointement à cette mise en œuvre, elle devrait élaborer et instaurer des processus appropriés de surveillance et de suivi.

129 Pendant que KPMG procédait à son examen, la Société se livrait à son auto-diagnostic. Armée du premier rapport de KPMG, et à partir des suggestions faites au cours d'une session de remue-méninges réunissant ses cadres supérieurs, la Société a mis en place le 9 novembre 2006 un Plan d'action en sept points axé sur la confiance et la sécurité. Ce plan a été annoncé comme un ensemble très complet de mesures de sécurité nouvelles et élargies pour la loterie « afin de maintenir et de renforcer la confiance de tous les joueurs de loterie de la province ». Le président-directeur général a déclaré au moment du lancement :

> Nous avons écouté. Nous avons agi. Nous continuerons d'écouter le public ontarien et de prendre toutes autres mesures nécessaires pour gagner la confiance qu'il a placée en nous…
>
> Si un seul joueur pense que nos systèmes n'ont pas répondu à ses attentes, c'en est un de trop … À tous ceux qui en sont arrivés à remettre en question leur confiance dans l'OLG, à tous ceux qui pensent que nous aurions pu en faire davantage pour protéger l'intégrité de nos jeux, à tous ceux qui croient que nous n'avons pas pris leurs inquiétudes suffisamment au sérieux, nous présentons nos excuses et nous promettons de faire mieux.

130 La Société s'est engagée à appliquer les sept mesures ci-dessous, qui reflètent les recommandations de KPMG à plusieurs égards :

1. À tous les terminaux de loterie, elle installera des dispositifs permettant aux clients de **vérifier leurs propres billets** électroniquement et de voir instantanément la valeur de leur lot.

2. Les détaillants des produits de loterie ne pourront vérifier que les billets des clients à qui ils auront demandé de **signer au verso de leurs billets.** Des sanctions de plus en plus élevées seront imposées aux détaillants qui ne suivent pas correctement ces procédures de validation, allant jusqu'au retrait de leurs terminaux de loterie.

3. À tous les terminaux de loterie, des **écrans vidéo** faisant face aux clients indiqueront **en plus gros caractères** s'ils ont gagné et s'ils ont remporté un lot important, lors de la vérification de leurs billets par les détaillants.

4. L'OLG mènera une **campagne de sensibilisation du public** pour aider les clients à se protéger.

5. Une ligne téléphonique spéciale sans frais permettra aux clients de communiquer à l'OLG **leurs idées sur d'autres mesures de sécurité**.

6. L'OLG disposera d'une équipe d'enquêteurs professionnels élargie pour **examiner tout lot de 10 000 $ ou plus** gagné par un détaillant des produits de loterie, comparativement au seuil actuel de 50 000 $.

7. L'OLG mettra en place un processus **amélioré d'enquête et de traitement des plaintes** pour offrir un meilleur service à la clientèle et pour s'assurer que toutes les accusations sont traitées efficacement et de façon satisfaisante.

131 KPMG a présenté le 23 novembre 2006 son Rapport de phase II contenant 18 recommandations supplémentaires, relativement à des contrôles spécifiques pour l'achat et l'authentification des billets, la gestion des détaillants, les personnes liées à la Société, les procédures au Bureau des prix, le processus d'entrevues, la manipulation des billets, les procédures de transmission à un échelon supérieur, le suivi des incidents, le remboursement des billets au comptoir, la technologie du centre d'appels, le processus d'enquêtes, ainsi que les pratiques d'autres juridictions. Le 29 février 2007, KPMG est passé à l'étude du problème des billets *instant*, publiant son Rapport de phase III intitulé *Instant Ticket Gaming Review*. Ce rapport contient 17 recommandations portant sur l'intégrité des billets *instant*, les processus reliés à ces billets et la réglementation générale. La Société a dépensé plus de 644 000 $ rien que pour cette vérification de KPMG. Cette étude a identifié un certain nombre de domaines qui requièrent une amélioration des pratiques et des politiques de la Société.

132 Bien que la Société ait manifesté une volonté d'agir, et qu'en un premier temps, elle ait pris certaines mesures, elle a encore beaucoup à faire pour rétablir la confiance du public dans le système de loterie. Il convient maintenant d'examiner ce que la Société a fait jusqu'ici pour mettre en œuvre les recommandations de KPMG et son propre Plan en sept points.

La vie après le 25 octobre 2006

133 La politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société a subi une transformation radicale depuis octobre 2006. Au lieu de chercher à échapper à sa responsabilité quant aux comportements des détaillants, la Société a fait volte-face et a renforcé sa politique. Elle a abaissé à 10 000 $[6] le seuil à partir duquel les lots gagnés par des personnes liées à la Société sont soumis à un examen, et elle a exigé que tous ces gains soient examinés en première instance par le Département des enquêtes.

134 Le vice-président, Sécurité et Surveillance de la Société, est un surintendant en chef de la Police provinciale de l'Ontario, en détachement. Il estime que cette nouvelle exigence de faire examiner d'emblée par les enquêteurs les gains des personnes liées à la Société donnera plus de crédibilité au processus. Il est évident que, même quand un adjoint à la sécurité était présent, les techniques utilisées auparavant au cours des entrevues au Bureau des prix manquaient de rigueur. Certains enquêteurs ont suivi des cours de formation policière, mais en ce qui concerne les enquêtes de la loterie leur apprentissage s'est fait essentiellement sur le tas. Le Rapport de phase II de KPMG recommandait que la Société documente ses processus d'enquêtes. Mon bureau a été informé que les directives sur les enquêtes étaient encore en révision.

135 Jusqu'en 2004, le Département des enquêtes avait procédé à l'examen de tous les lots gagnés par des personnes liées à la Société. Après la modification de cette pratique en août 2004, le nombre des enquêtes a diminué substantiellement. Au cours de l'année financière 2005-2006, le Bureau des prix de la Société a traité 36 155 billets et versé plus de 400 millions $ aux gagnants. On a compté 763 grands gagnants et 31 lots gagnés par des personnes liées à la Société (10 détaillants propriétaires, 16 employés de détaillants et cinq employés de la Société). Mais cette année-là, le Département des enquêtes n'a enquêté que sur deux personnes liées à la Société. Au cours de notre enquête, on nous a déclaré qu'en fonction des nouvelles pratiques établies à la suite du 10-25, le

[6] Le seuil de la Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société a fluctué au cours des ans. D'abord établi à 100 000 $, il avait été abaissé à 10 000 $ en 1996, puis élevé à 50 000 $ en 1998.

Département des enquêtes a mené 14 enquêtes concernant des lots gagnés par des personnes liées à la Société.

136 Fait étonnant : l'examen de KPMG a révélé que la majorité des détaillants identifiés comme liés à la Société au cours de leurs entrevues de réclamation des prix ne connaissaient pas la Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société. Notre enquête a confirmé ce point. L'expression « personne liée à la Société » n'est pas définie de façon précise, ni utilisée d'une manière cohérente par la Société. On nous a dit, par exemple, que la politique ne s'applique pas à la famille proche des détaillants ou de leurs employés, à moins qu'ils ne soient eux aussi employés dans la vente au détail de produits de loterie. Mais selon un gestionnaire à qui nous avons parlé, cette politique s'applique à la famille des détaillants. De plus, un document que nous avons trouvé et qui décrit le processus de « gel des terminaux en cas de lot important » fait référence aux conjoints des détaillants propriétaires comme à des affiliés à la Société. Telle qu'elle est rédigée actuellement, la Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société couvre tous les employés d'un détaillant, même ceux des grands supermarchés, qu'ils soient ou non en contact avec des billets de loterie. KPMG a recommandé de préciser la politique. Les cadres de la Société ont fait savoir que cette démarche était en cours.

137 Actuellement, le Bureau des prix de Toronto demande aux gagnants s'ils sont « affiliés » à la Société. Le mot « affilié » fait partie du jargon de la Société, et son sens n'est pas forcément évident pour la population en général. Toutefois, il est utilisé quotidiennement par la Société pour essayer de repérer ceux qui pourraient faire l'objet de sa Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société. Le vice-président, Commercialisation, a noté que déterminer qui est affilié à la Société « est probablement la question qui prête le plus de confusion ». Le vice-président, Sécurité et Surveillance de la Société, a déclaré que la plupart des gens répondaient « non » quand on leur demandait s'ils étaient « affiliés à l'OLG. » La Société devrait élaborer une série de questions visant à déterminer si un réclamant est impliqué dans la vente ou la validation des billets de loterie – soit directement, par exemple comme détaillant ou employé, soit indirectement, par exemple en raison de ses liens familiaux. Sur ce point également, KPMG a recommandé des changements, suggérant que le formulaire sur les lots importants soit modifié pour inclure des questions plus précises. Il est vrai que la Société a l'intention d'améliorer le processus d'entrevue pour les grands gagnants. Mais le choix des bonnes questions dépend de la définition de « personne liée à la Société », qui continue d'être très vague.

138 Il y a aussi la possibilité d'activités criminelles à plus petite échelle, dans le secteur des loteries, que ce processus remanié ne décèlerait pas nécessairement. Les plaintes des clients constituent une riche source d'information pour identifier les détaillants qui pourraient abuser du public par des pratiques peu honorables, telles que dérober des billets gratuits, changer des billets, ou escroquer les clients de leurs lots. Mais traditionnellement, la Société ne s'est guère préoccupée des plaintes des clients. Les employés qui reçoivent ces plaintes sont également responsables d'apporter un soutien aux détaillants partenaires de la Société et de faire la promotion des produits de loterie. Traiter les plaintes et chercher les fautes des détaillants, dont l'OLG dépend, est contraire au rôle de promotion des ventes qu'ont ces employés.

139 Bien que ce sujet soit de moindre intérêt que le vol et la fraude pour les journalistes, là encore la Société trahit la confiance du public, comme l'a montré mon enquête – car tous les Ontariens et toutes les Ontariennes ont le droit d'être traités équitablement par une institution publique.

Payez et prenez vos chances : le traitement des plaintes

140 L'un des aspects troublants de l'histoire de M. Edmonds, c'est la façon dont on l'a envoyé promener quand il a appelé la Société pour se plaindre. Les relevés d'appels téléphoniques confirment qu'il a appelé la Société le 1er août 2001, mais aucun document n'a gardé trace du contenu de son appel. M. Edmonds affirme catégoriquement qu'il a parlé à un employé du Centre d'excellence à la clientèle, premier point de communication avec les consommateurs. Il rapporte que la personne à qui il a parlé n'a pas pris ses allégations au sérieux et lui a dit : « Ça vous apprendra à laisser votre billet au magasin. »

141 Nous n'avons pas pu confirmer le détail des communications de M. Edmonds avec la Société, mais d'après notre enquête, il n'y aurait rien d'étonnant à ce que M. Edmonds ait ainsi été traité par le personnel du Centre d'excellence à la clientèle. L'examen de centaines de plaintes nous a montré qu'habituellement la Société traitent les clients qui se plaignent de fraudes commises par des détaillants comme s'ils étaient responsables de leur propre malheur. De par le passé, les problèmes qui devaient faire l'objet d'un suivi étaient le plus souvent confiés aux représentants des ventes pour qu'ils tentent de les régler durant leurs visites mensuelles chez les détaillants. Très peu de plaintes donnaient lieu à une véritable enquête.

142 Le Centre d'excellence à la clientèle gère quotidiennement un très grand nombre d'appels. Il fait partie de la section de la Commercialisation de la Société. Il a pour responsabilité de fournir un soutien aux détaillants, de vendre les produits de loterie, ainsi que de répondre aux questions des consommateurs. De 2001 à octobre 2006, la Société a reçu 21 995 plaintes, dont la majorité concernait des détaillants et dont 722 portaient sur des allégations de fraude par des détaillants. Le Centre a enregistré un grand nombre de plaintes comme étant « génériques », c'est-à-dire que les appelants n'ont pas laissé leur nom. En 2005-2006, parmi les 156 appels enregistrés comme des plaintes sur une fraude ou un problème de validation chez un détaillant, 42 ont été désignés « génériques » et aucun autre suivi n'a été fait dans leurs cas; les plaintes ont été closes.

143 Un document de procédure de la Société, daté du 27 mai 2002, indique au personnel du Centre d'excellence à la clientèle comment aborder les plaintes contre les détaillants. Il dit entre autres :

> Si quelqu'un appelle pour dire qu'il n'a pas reçu ce qu'il a payé, informez-le qu'un joueur a la responsabilité de s'assurer qu'il reçoit ce qu'il a payé au moment de l'achat. Cependant, nous étudierons les problèmes et nous ferons un suivi auprès du détaillant…

144 Un document d'octobre 2005 indique que normalement, le Centre d'excellence à la clientèle ne demandait une enquête que dans le cas d'un « récidiviste ». Beaucoup de gens qui se sont plaints à mon bureau ont déclaré que les employés de la Société ne leur avaient pas posé de questions précises, ne paraissaient pas intéressés, ne leur avaient pas fourni de renseignements sur le processus d'examen des plaintes, s'étaient déchargés sur eux de la responsabilité de poursuivre leur plainte contre le détaillant, ou leur avaient dit qu'ils auraient dû vérifier leur billet ou le signer au verso. Nous avons aussi appris que la Société n'avait aucun moyen de garder trace du nombre de plaintes contre des détaillants particuliers, ni de faire une comparaison entre les renseignements contenus dans les dossiers des clients et les renseignements contenus dans les dossiers des détaillants.

145 Nous avons examiné les dossiers de 722 plaintes de clients reçues par la Société concernant des fraudes et de problèmes de validation chez les détaillants. Notre examen révèle que le détail des renseignements obtenus par le personnel du Centre d'excellence à la clientèle variait de façon significative d'un employé à un autre. Le niveau d'initiative variait aussi. Certains employés essayaient de vérifier les transactions d'un détaillant, consultaient la base de données pour voir l'historique des plaintes envers ce détaillant, ou communiquaient avec le

détaillant pour lui demander des renseignements, tandis que d'autres employés ne faisaient rien en cas de plaintes similaires.

146 Dans un cas particulier, un client s'est plaint qu'un détaillant avait nié que son billet soit gagnant, alors qu'un scanneur avait confirmé qu'il l'était. La base de données du Centre indiquait que c'était la troisième plainte de ce genre contre ce détaillant. La plainte a été transmise à un représentant des ventes, et il n'y a aucune information sur ce qui est arrivé par la suite. Dans un autre incident, enregistré le 1er mars 2006, un client a été informé que « une fois qu'il est sorti du magasin, il a accepté la transaction, et l'affaire est désormais entre lui et le détaillant ». Dans un autre incident encore, en date du 20 septembre 2006, une cliente n'a reçu que 10 $ de son détaillant, alors que son bordereau de validation indiquait qu'elle avait aussi gagné deux billets gratuits; le personnel du bureau l'a informée que c'était une affaire entre elle et le détaillant.

147 Le Centre d'excellence à la clientèle fait affaire à deux catégories de personnes : le public et les détaillants. Étant donné que les détaillants sont le fondement de l'organisation, il n'est pas surprenant que nous ayons découvert que le personnel du Centre d'excellence à la clientèle documentait soigneusement ses communications avec les détaillants. Mais pour le suivi des plaintes contre les détaillants, les efforts des employés n'étaient guère poussés. Dans un cas, un client avait allégué qu'un détaillant faisait payer une commission pour valider les billets. Les dossiers de la Société indiquent qu'un employé du Centre a appelé le magasin et que le détaillant a démenti catégoriquement cette allégation. Les notes rapportent : « Je lui ai dit que j'étais content d'entendre ça…parce que faire payer pour verser un prix de loterie constitue une violation de notre contrat. » L'enquête s'est arrêtée là. Dans un autre cas que nous avons examiné, et qui s'était passé en juillet 2005, une personne âgée avait donné son billet à un employé d'un magasin pour le faire valider, mais l'employé avait refusé de le lui rendre. Comme la cliente avait menacé d'aller vérifier ses numéros ailleurs, l'employé avait fini par céder. C'était un billet gagnant, de 20 000 $. Finalement, l'employé du magasin avait été renvoyé.

148 Le Centre d'excellence à la clientèle a eu droit à un réveil brutal avec la diffusion de l'histoire de M. Edmonds par *the fifth estate*. Du 25 octobre au 10 décembre 2006, le Centre a reçu 454 plaintes de consommateurs. L'OLG a vite ajouté trois choix à son système téléphonique de réponses vocales interactives : un sur les billets perdus ou volés, un autre sur comment réclamer un lot, et un troisième sur des suggestions à faire pour améliorer les mesures de sécurité de la Société. En novembre 2006, la Société a adopté la pratique d'assigner immédiatement tous les problèmes de validation au Département des enquêtes. Mais tous les cas de fraude

potentielle impliquant des détaillants ne sont pas transmis directement aux enquêtes. Une note d'information du 19 décembre 2006 indique au personnel du Centre d'excellence à la clientèle que les plaintes portant sur des billets gratuits ou des billets d'échange qui n'ont pas été reçus par un client doivent être transmises au Bureau des prix, où « elles seront contrôlées, examinées et transmises à un échelon supérieur, le cas échéant ». Or c'est le point même qui a créé le plus de controverse relativement aux réclamations suspectes et contestées.

149 KPMG a fait un certain nombre de recommandations visant à améliorer les systèmes du Centre d'excellence à la clientèle, dont un système de consignation automatique des appels, avec une surveillance et un processus de suivi appropriés, une définition des « appels clés » et une modernisation de la technologie pour que les appels puissent être enregistrés et pour que les superviseurs puissent écouter anonymement à des fins de contrôle de la qualité et de formation. La Société étudie actuellement la possibilité d'installer un système d'enregistrement des appels. Un cadre supérieur nous a informés que ceci avait déjà été envisagé il y a deux ou trois ans, mais que l'idée avait été abandonnée en raison des coûts.

150 La Société envisage aussi de créer un groupe « d'experts » au sein du Centre d'excellence à la clientèle. Les membres de ce groupe recevraient une formation supplémentaire, et le système téléphonique dirigerait les appels vers l'expert approprié selon le sujet. Cette approche avait été conseillée par KPMG, qui avait cependant recommandé d'établir une ligne séparée pour les plaintes afin qu'elles aillent à des employés spécialement formés qui pourraient faire un diagnostic complet des appels, recueillir des informations préliminaires, puis les transmettent directement à la Division Sécurité et Surveillance.

151 Il est parfaitement logique que le personnel de ventes du Centre d'excellence à la clientèle cesse d'assurer la réception des plaintes. Étant donné que ces employés doivent entretenir de bonnes relations avec les détaillants, ils pourraient faire preuve de parti pris quand ils ont à traiter les plaintes des clients envers ces mêmes détaillants. En outre, demander au personnel de ventes de faire le suivi de problèmes concernant le respect des règlements, comme on le fait actuellement, est fondamentalement incompatible avec leur rôle principal. Il est inapproprié de placer ces employés dans une telle situation.

152 En raison du déluge de plaintes après le 25 octobre 2006, le Département des enquêtes de l'OLG (qui consiste de trois enquêteurs et d'un gestionnaire, un quatrième enquêteur ayant été engagé le 8 janvier 2007) a dû recourir aux services d'une firme privée. Cette firme lui a fourni 20 anciens policiers pour faciliter les enquêtes, à un coût évalué à 20 000 $ par semaine. Le Département des enquêtes

nous a dit que le Centre d'excellence à la clientèle lui avait transmis 591 plaintes concernant la fraude des détaillants depuis le 25 octobre 2006. En comparaison, durant toute cette année financière et en provenance de toutes les sources, il y avait eu 64 plaintes sur l'intégrité des détaillants et sur des irrégularités de prix de loterie. Mais il n'avait trouvé que deux cas suggérant une fraude de détaillant, et dans les deux cas les sommes d'argent étaient petites. Le vice-président, Sécurité et Surveillance de la Société, a fait savoir que quand la Société pourra gérer le volume des plaintes, elle réévaluera ses besoins de personnel pour les enquêtes. La Société envisage aussi d'engager trois cadres supérieurs pour la Division de Sécurité et Surveillance de la Société, dont l'un serait affecté aux enquêtes.

153 Une autre lacune mise en lumière par le cas de M. Edmonds est la façon dont la Société tient ses dossiers d'enquêtes. Pour enregistrer l'information sur un cas dans sa base de données, le Département des enquêtes utilise un modèle appelé « Détails de l'incident ». Les renseignements y sont inscrits chronologiquement, comme dans un journal de bord ou un calepin de policier. Les enquêteurs sont censés transcrire leurs notes dans la base de données le plus rapidement possible. À la conclusion d'une enquête, les enquêteurs doivent préparer un résumé ou un rapport final. Au cours de l'enquête de la PPO sur les allégations de M. Edmonds, la Société avait transmis les Détails de l'incident au policier chargé de l'enquête, en janvier 2002. Par la suite, des éléments supplémentaires avaient été découverts, qui ne faisaient pas partie des documents fournis à la PPO. Selon la Société, la copie papier des Détails de l'incident n'avait pas été mise à jour pour inclure des informations conservées par le Département des enquêtes dans un autre bureau. Les renseignements manquants ont été éventuellement transmis à la PPO, sous un autre format. Mais ce que révèle cet incident est préoccupant – le système de l'OLG ne peut pas empêcher quelqu'un de modifier la chronologie après coup.

154 Bien que les enquêteurs de l'OLG reçoivent une certaine formation policière, ils n'ont pas été obligés de tenir leurs dossiers avec la rigueur exigée par la police et par de nombreux organismes de réglementation. Dans ces organismes, par exemple, on doit prendre des notes au moment même de l'évènement, toute modification doit être faite sous une nouvelle date d'inscription, avec justification de l'ajout, et les notes originales ne sont jamais détruites. Le Rapport de phase II de KPMG recommandait que la Société adopte des normes et des directives spécifiques pour la documentation des enquêtes. La Société a fait savoir qu'elle prépare actuellement des procédures de documentation pour son Département des enquêtes. L'intégrité des enquêtes de la Société serait renforcée par une tenue plus rigoureuse des dossiers d'enquête.

Promotion et punition : un rapport imparfait

155 Le Plan en sept points de l'OLG prévoit des « sanctions de plus en plus élevées pour les détaillants qui n'appliquent pas les procédures correctes de validation ». KPMG a recommandé que tout détaillant « qui ne se conformerait pas aux directives spécifiques portant sur la validation et le remboursement des billets pourrait être révoqué » – c'est-à-dire que le détaillant perdrait le droit de vendre des produits de l'OLG. Cependant, la Société hésite à imposer un nouveau cadre de réglementation à ses détaillants. De par le passé, elle s'est largement servie de son personnel de ventes pour identifier les problèmes de non-respect des règlements et en assurer le suivi. Depuis l'émission *the fifth estate*, elle a demandé aux représentants des ventes d'observer ouvertement comment les détaillants valident les billets – entre autres, s'ils demandent aux clients de signer leurs billets. Mais cette pratique est d'une valeur douteuse, car on peut s'attendre à ce que les détaillants se comportent fort bien au cours de ces visites, qui leur sont généralement annoncées.

156 Au cours de notre enquête, les cadres supérieurs de la Société ont souligné que mettre fin à la relation avec un détaillant constitue une mesure très sérieuse qui n'a été prise que rarement, généralement en dernier recours. Nous avons été informés que la plupart des révocations résultaient de l'incapacité des détaillants de s'acquitter de leurs obligations financières envers la Société.

157 KPMG a noté qu' « il pourrait être utile de faire périodiquement appel à des personnes indépendantes de la force de ventes pour vérifier si les détaillants respectent les règlements ». Face à des enjeux plus importants, puisque les détaillants seraient confrontés au risque très réel de la révocation, le personnel de ventes de la Société se trouverait dans une situation encore plus intenable s'il devait conserver un rôle important de vérification du respect des règlements. D'un point de vue pratique, les talents requis pour faire la promotion des produits et cultiver les relations avec les détaillants sont incompatibles avec les compétences exigées pour assurer judicieusement l'observation des règlements.

158 L'approche utilisée dans le passé par la Société en matière de surveillance des détaillants était essentiellement conciliatoire. De temps à autre, la section de la Commercialisation lançait des campagnes « acheteurs mystères », qui récompensaient les détaillants « surpris » en train de se comporter comme il faut avec les clients. Une stratégie du même genre, moins les récompenses, a été appliquée récemment dans le cadre d'une vérification externe pour évaluer dans quelle mesure les détaillants appliquaient les procédures de validation des billets.

Mais jusqu'à maintenant, l'OLG n'a pas fait preuve de beaucoup de vigueur en ce qui concerne les enquêtes sur les loteries.

159 On dit parfois que « la persuasion tranquille ne produit généralement qu'un seul résultat – une inaction tranquille »[7]. Ce n'est plus le moment de mettre des gants. Il faudrait avoir une tolérance zéro quant à la malhonnêteté des détaillants. Ceci devrait être clairement expliqué dans les ententes entre l'OLG et les détaillants, et appliqué rigoureusement. En cas de malhonnêteté, la révocation devrait être immédiate et le plus souvent définitive.

160 À cet égard, cependant, le plus grand écueil pour l'OLG est sa propre culture. Tant de temps est consacré à promouvoir les relations avec les détaillants que la Société éprouve des difficultés à se voir comme responsable de l'observation des règlements. On nous a fait savoir que le Département des enquêtes avait parfois fait surveiller des détaillants, par exemple pour vérifier des allégations spécifiques de vente à des mineurs. Cependant, la Société n'a jamais mis en place de programme systématique d'évaluation des détaillants. Elle tâte maintenant avec prudence – et avec une certaine réticence – le terrain de l'observation des règlements. Le premier vice-président, Loterie, a suggéré la possibilité de mettre en œuvre divers programmes d'incitation et à un moment donné, d'ajouter au processus une « équation de sanctions ». Comme il l'a expliqué, « il s'agit d'aider les détaillants à comprendre que c'est important, pourquoi c'est important… à apprendre le comportement, à utiliser des renforcements positifs avant de commencer à dire 'vous venez de perdre le droit de vendre des billets de loterie' ».

161 Respectueusement, je dirai que ses commentaires passent vraiment à côté du but. L'application des règlements doit être conçue de façon à assurer leur respect et à protéger le public des risques potentiels de fraude et de vol, ou d'autres pratiques qui donnent aux détaillants un avantage injuste. L'approche amicale, éducative de la Société est trop cajoleuse, alors qu'un recours à la manière forte s'impose.

Le problème des lots *instant*

162 Dans une deuxième émission de *the fifth estate* diffusée le 22 novembre 2006, la Société a été l'objet de nouvelles critiques portant sur ses loteries instantanées. Un géo-statisticien, Mohan Srivastava, a expliqué à la CBC qu'en 2003 il avait

[7] Tiré de la dédicace de l'ouvrage d'Alan Borovoy : *Uncivil Obedience: The Tactics and Tales of a Democratic Agitator* (Toronto 1991).

découvert comment décoder le jeu de « Tic Tac Toe » – à partir de numéros visibles sur le côté non gratté du billet – pour arriver à prédire les billets gagnants avec 95 % de justesse. Il a dit avoir alerté la Société, qui a retiré ces billets du marché. Cependant, et c'est typique, cette information n'a jamais été rendue publique.

163 Les documents de la Société révèlent qu'après ses échanges avec M. Srivastava, elle avait demandé à un vérificateur externe d'examiner un certain nombre de loteries instantanées. Nous avons trouvé à ce sujet deux lettres, datées du 7 juillet 2003 et du 22 septembre 2003, ainsi que 12 rapports de vérification allant du 3 mai 2004 au 20 mars 2006. Bien que tous ces documents confirment que les jeux examinés étaient conformes aux spécifications de l'OLG, tous (à une exception près) comprennent l'avertissement suivant disant que l'examen

> … ne peut pas donner l'assurance complète de la non-existence d'une méthode statistique ou d'un algorithme permettant d'obtenir une meilleure probabilité de sélectionner les billets gagnants ou non gagnants, uniquement à partir d'une analyse visuelle des billets.

164 Malgré cela, la Société ne s'est pas montrée particulièrement intéressée à poursuivre davantage la question des abus possibles dans ses loteries instantanées. Elle a attribué la défectuosité des Tic Tac Toe à une erreur d'impression, due au hasard, et a décidé de ne pas obtenir un rapport approfondi préparé par M. Srivastava. Le 16 février 2007, à la demande de la CBC, celui-ci a fait une démonstration avec 20 billets à gratter SuperBingo. Grâce à son analyse des tendances statistiques et des défauts spécifiques des billets, il a pu prédire les billets gagnants et les billets perdants avec 70 % de succès.

165 M. Srivastava a déclaré à nos enquêteurs que la méthode employée par les vérificateurs externes de la Société ne leur permettait pas de découvrir le problème qu'il avait identifié et il a fait une mise en garde disant qu'il était possible de reproduire son analyse statistique à grande échelle dans le but d'escroquer le système de loterie. La Société devrait étudier attentivement de telles affirmations. Les détaillants et autres personnes liées à la Société qui ont accès à une grande quantité de billets se trouvent dans une situation idéale pour tirer parti des défauts de conception des billets. Ceci ne fait que renforcer le besoin qu'a la Société de collecter des données plus précises sur les tendances des détaillants à gagner des lots en général, et de repérer les lots gagnés par certains détaillants en particulier, afin d'identifier les comportements suspects.

166 Le Rapport de phase III de KPMG fait référence au défaut des billets découverts par M. Srivastava en 2003 et remarque que, depuis cet incident, un certain nombre de nouvelles mesures de prévention ont été mises en place. Ceci comprend des procédures élargies de gestion des risques dans la section de programmation de l'imprimeur ainsi que des vérifications indépendantes pour garantir l'adhésion aux normes spécifiques des jeux. KPMG a recommandé à la Société de mettre en œuvre des procédures similaires de gestion des risques pour tous les nouveaux types de jeux, dispositifs de sécurité et techniques d'impression. Sans parler directement du fait que les billets *instant* puissent être décodés et manipulés, KPMG a suggéré à la Société d'envisager la nécessité périodique d'une expertise statistique avancée, intégrée au processus de conception des billets. KPMG a aussi fait remarquer qu'actuellement la sécurité des billets est rattachée au premier vice-président, Loterie, par l'entremise du Marketing, ce qui soulève la possibilité que des décisions de sécurité puissent être influencées par des considérations de marketing. KPMG a recommandé que le lien hiérarchique soit réorienté vers un secteur autre que le Groupe Loterie.

167 Récemment, la pratique qu'a la Société de garder les billets *instant* en vente bien après que tous les gros lots aient été gagnés a causé des préoccupations. Dans ces conditions, certaines juridictions retirent les billets de la vente, tandis que d'autres, comme la Colombie-Britannique et certains États américains, insèrent des mises en garde sur leurs billets. Contrairement aux détaillants, qui ont facilement accès à l'information sur les lots réclamés pour des billets *instant*, les clients sans méfiance continuent d'acheter des billets en rêvant de gros lots, alors qu'il ne reste plus que des prix plus petits. Maintenant que l'OLG est plus sensible aux préoccupations des consommateurs, elle a pris des mesures pour s'attaquer à ce problème. Depuis le 18 décembre 2006, elle a modifié sa politique si bien que les jeux avec des lots de 500 000 $ et plus, qui « peuvent changer la vie », sont retirés de la vente quand le gros lot a été gagné. La Société cherche aussi un moyen d'afficher sur ses terminaux de loterie des renseignements sur les lots *instant* non réclamés. Elle a aussi ajouté un avertissement au verso des nouveaux billets commandés en décembre 2006. Les billets qui seront mis en vente en avril ou mai de cette année contiendront ce message :

> Lors de l'achat, certains lots, y compris les gros lots, peuvent déjà avoir été réclamés. Visitez www.OLG.ca pour tous renseignements sur les prix.

168 Les nouveaux billets référeront les consommateurs au site Web de la Société, où ils pourront obtenir plus de renseignements sur les lots encore disponibles. En outre, de nouvelles procédures de validation exigeront bientôt qu'un bordereau de validation soit émis pour tous les billets *instant*.

Nouvelle stratégie de jeu : en préparation

169 Donc, la Société a apporté des modifications préliminaires aux lots gagnés par des personnes liées à la Société, aux enquêtes et au processus des plaintes. Elle a aussi réuni un groupe de travail pour mettre en place des améliorations techniques. Celles-ci comprennent des dispositifs de vérification libre-service, des modifications aux écrans destinés aux clients, des changements au gel des terminaux et un renforcement des capacités interactives. Cependant, beaucoup de ces initiatives en sont à leurs premiers pas, ou encore à l'étude. Rien que le coût de mise en œuvre du Plan en sept points est estimé à 11 230 000 $. La plus grande partie de ces frais – 10 millions $ – est imputable aux dispositifs de vérification des billets qu'on doit installer chez tous les détaillants en ligne.

Dispositifs de vérification libre-service

170 Les dispositifs de vérification libre-service permettent aux clients de vérifier eux-mêmes leurs billets de loterie en ligne. Ces dispositifs sont utilisés dans plusieurs provinces et territoires au Canada, et dans au moins cinq États américains. La Société avait lancé un projet pilote d'installation de ces dispositifs dans 250 points de vente au cours de l'été 2005, mais certains détaillants s'étaient inquiétés que les nouveaux dispositifs limitent leurs interactions avec les clients et leur fassent perdre des ventes. Nous avons aussi été informés que leur coût avait ralenti cette initiative. Mais le 25 octobre 2006 a changé tout cela, et on prévoit que 8 900 dispositifs de vérification seront installés d'ici la fin mars 2007. La prochaine étape pour la Société sera de voir comment adapter ces machines pour permettre aux consommateurs de vérifier aussi les billets *instant*. Le Rapport de phase III de KPMG mettait en relief certains doutes sur la technologie utilisée actuellement pour valider les billets *instant*. Il recommandait à la Société d'en finir avec les techniques courantes de validation des billets de loteries instantanées, qui font appel à une liaison téléphonique. L'examen de KPMG a révélé que certains de ces dispositifs de vérification de billets *instant* sont installés dans des arrières-salles, loin des yeux des clients, qu'il n'y a aucun signal sonore ou autre (hormis le reçu imprimé) pour indiquer qu'un billet est gagnant, et qu'il n'y a pas d'équivalent du « gel des terminaux » pour les lots importants.

Signez votre billet

171 Le Plan en sept points exige que les détaillants ne vérifient les billets qu'après avoir demandé aux clients d'en signer le verso. Mais le Rapport de phase I de

KPMG allait plus loin, suggérant qu'il soit obligatoire de signer les billets avant de les faire valider. Au début la Société avait avisé les détaillants, dans son bulletin de novembre 2006, que les billets devaient être signés. Mais elle a modifié ce message en décembre 2006. Elle a dit alors aux détaillants qu'ils devaient demander aux clients de signer leurs billets, mais qu'ils pouvaient tout de même valider les billets en cas de refus du client. En novembre, les messages apparaissant sur le recto des billets en ligne ont été modifiés pour rappeler aux clients de toujours signer le verso de leurs billets. En novembre et décembre 2006, le personnel de ventes de la Société s'est rendu dans des points de vente au détail pour donner des formations sur le nouveau processus de validation.

172 La Société a engagé une compagnie de marketing pour évaluer le degré de conformité des détaillants aux nouvelles procédures. Du 4 décembre 2006 au 5 janvier 2007, la compagnie a visité 1 949 points de vente à London, Ottawa, Hamilton/Burlington et Toronto. Les vérificateurs ont découvert que 77 % des détaillants ne vérifiaient pas le verso du billet quand on le leur donnait à valider et que 78 % ne demandaient pas au client de signer le billet avant de le valider. La Société envisage de charger la compagnie de faire une deuxième vérification[8]. Le premier vice-président, Commercialisation, a laissé entendre que rendre la signature obligatoire créerait des problèmes d'ordre pratique aux propriétaires des magasins, à cause du temps supplémentaire que cela exigerait. L'un des directeurs de la Commercialisation de la loterie nous a dit que les billets de loterie représentent « une faible considération d'achat » et que toute tentative d'imposer des exigences supplémentaires aux clients pourrait avoir un effet négatif sur les ventes.

173 Les gestionnaires que nous avons rencontrés ont des interprétations divergentes des pratiques passées de l'OLG en ce qui concerne la signature des billets comme moyen de protection des consommateurs. L'un d'eux a affirmé que la Société a toujours encouragé ses clients à le faire. Un autre a fait remarquer que cela faisait 30 ans qu'elle ne leur avait pas demandé de signer leurs billets, et a exprimé la crainte que ceci ne provoque des réactions négatives. Un autre directeur a fait cette observation : « Est-ce que je signais le verso de mon billet avant *the fifth estate*? Non, mais est-ce que je le fais maintenant, oui bien sûr. »

[8] On a estimé que le coût de ces vérifications chez les détaillants se situerait entre 300 000 $ et 500 000 $ par an.

Écrans face aux clients

174 Dans son Rapport de phase II, KPMG recommandait de repositionner tous les terminaux des détaillants de façon à ce que les détenteurs de billets puissent observer facilement la vérification. DU 13 novembre au 15 décembre 2006, le personnel de ventes de la Société a inspecté les écrans destinés aux clients chez tous les détaillants et a jugé que quelques-uns seulement avaient besoin d'être réajustés. Nous avons été avisés que la Société profiterait de l'installation des dispositifs de vérification pour évaluer le positionnement des terminaux et des écrans pour les clients. Le « gel » des terminaux se produit maintenant à partir de lots de 10 000 $, conformément au seuil des gains pour les personnes liées à la Société.

175 La Société planifie d'apporter plusieurs autres améliorations aux écrans pour ses clients. Le 5 décembre 2006, la direction de la Société a approuvé l'affichage de tous les lots d'un montant de 1 000 $ ou moins. La vidéo, le carillon et le message écrit du Grand Gagnant ont été rehaussés, pour mieux signaler aux clients qu'ils ont gagné. Actuellement, la taille des caractères des messages à l'écran est grossie pour tous les messages de validation. Toutes ces mesures devraient être en place d'ici mars 2007.

Campagne de sensibilisation du public

176 Les activités de sensibilisation du public lancées par l'OLG depuis novembre 2006 comprennent :

- des décalcomanies « Signez votre billet », qui apparaissent sur les produits de la Société dans les magasins;
- des messages « Vérifiez votre billet de loterie/Signez toujours votre billet au verso » sur les billets en ligne;
- de nouveaux messages électroniques sur les écrans d'affichage pour les clients;
- des annonces publicitaires « Signez votre billet/Vérifiez votre billet » aux postes de jeu (c.-à-d. là où les clients remplissent les bordereaux de sélection);
- des bandeaux (signes) « vendeur silencieux » placés sur les présentoirs des billets *instant*;

- un clip vidéo de 15 secondes « Signez votre billet/Vérifiez votre billet »;
- des publiblocs (feuillets à détacher) indiquant où les clients peuvent vérifier leurs numéros.

177 La Société a aussi publié des annonces incitant les clients à signer leurs billets, dans 40 quotidiens de l'Ontario, le 18 décembre 2006 et le 18 janvier 2007, avec le message « Jouez en toute confiance ». D'autres annonces publicitaires sont à l'étude pour les journaux, la radio et la télévision. La Société a retenu les services d'une agence de publicité et de relations publiques pour l'aider à gérer ses messages médiatiques. Par contre, elle projette déjà de réduire les messages aux consommateurs. À partir du 15 janvier 2007, l'OLG a commencé à limiter à une fois par semaine la publication de ses messages « Signez votre billet/Vérifiez vos numéros » sur les billets en ligne. Ensuite, elle compte faire paraître dans les journaux et autres médias des annonces sur les dispositifs de vérification libre-service des billets, pour expliquer comment ils fonctionnent et où ils sont installés. La division du Marketing a commandé 1 à 2 millions de porte-billets (pochettes en vinyle) que certains joueurs utilisent pour conserver leurs bordereaux de sélection et leurs billets. Ces porte-billets porteront le slogan « Signez votre billet » et seront distribués par les détaillants. À long terme, la Société étudie aussi la possibilité de placer en permanence un logo « Signez votre billet » sur son stock de billets en ligne et sur ses billets *instant*.

178 La Société va évaluer l'efficacité de ses initiatives de sensibilisation du public. Elle fait déjà appel aux services d'un centre de recherche pour évaluer le comportement des consommateurs, leurs attitudes et leur appui aux loteries. Elle envisage de demander à cette compagnie de mener une enquête complémentaire mesurant la sensibilisation du public aux changements apportés. Une autre idée à l'étude est de prendre un échantillon de détaillants et de leur faire observer le comportement des clients.

Réactions des clients

179 La Société a entrepris un certain nombre d'initiatives pour permettre au public de faire des propositions d'amélioration. En plus de pouvoir communiquer avec le Centre d'excellence à la clientèle de 8 h 30 à 20 h, toute la semaine, les clients peuvent maintenant communiquer avec l'OLG au moyen d'adresses électroniques créées spécifiquement pour leurs suggestions, leurs questions et leurs préoccupations, ainsi que pour rapporter la perte ou le vol de billets. L'objectif de la Société est de répondre à 99 % des demandes de renseignements en moins d'une semaine.

180 Malgré toute cette frénésie de changements, on peut se demander si la Société a appris sa leçon. Que va-t-il arriver si un autre détaillant vient annoncer qu'il a gagné un lot, mais ne peut pas répondre à des questions élémentaires sur le billet? Comment la Société réagira-t-elle devant un autre Bob Edmonds?

En rétrospective : 20 sur 20

181 L'un des cadres de la Société à qui nous avons parlé pendant notre enquête nous a déclaré que, quand il a entendu parler du cas Edmonds il y a un an, sa première réaction a été que la Société devrait payer M. Edmonds « au plus vite», s'il était vraiment le gagnant. Mais la Société a pris des décisions commerciales et juridiques qui allaient dans le sens opposé, et tout le monde connaît la suite. Le vice-président, Sécurité et Surveillance de la Société, qui ne travaillait pas à l'OLG à l'époque où M. Edmonds a d'abord porté plainte, a remarqué que « en rétrospective, c'est toujours très facile». Son avis, maintenant, serait le suivant : « Donnez-lui les 250 000 $ et poursuivez [les détaillants]. »

182 Le président-directeur général a reconnu aussi que la Société aurait pu faire mieux et aurait pu « mettre plus d'énergie à essayer d'élucider ce qui s'était passé ». Quand on lui a demandé : « Si M. Edmonds se présentait aujourd'hui à l'organisation, est-ce que les choses se passeraient différemment? », sa réponse a été :

> Dire que nous avons tous eu une formation en sensibilisation serait un euphémisme… Ce que nous avons appris, c'est que nous devons mieux être à l'écoute et que nous devons y consacrer plus de temps et d'efforts.

183 Récemment, la Société a mis fin à un différend impliquant une loterie sportive Pro-Line, qui aurait pu se terminer par un litige long et coûteux. Dans le cas en question, l'OLG avait par inadvertance interverti les cotes d'un match de soccer pendant une période de neuf heures. Le plaignant avait parié sur le match pendant cette période. Quand il est allé réclamer ses gains, on lui a dit que son billet était nul. À une rencontre préparatoire au procès, le président du tribunal a avisé la Société que son cas était épineux, car les règlements du jeu n'étaient pas faciles à obtenir, si bien qu'un individu moyen pouvait ne pas être au courant de ces règlements. La Société a accepté de payer une indemnisation de 65 000 $ et depuis cette affaire, elle publie tous les règlements des loteries sportives Pro-Line sur son site Web.

184 Cependant, la Société semble traiter ces plaintes comme des cas isolés. Elle demande aux plaignants de signer des déclarations de confidentialité à l'issue des

différends et n'affiche pas de renseignements concernant ses erreurs sur son site Web. Au moins un de ses homologues canadiens, la Western Canada Lottery Corporation, s'assure que l'information concernant les erreurs est affichée sur son site. Ceci paraît être une pratique simple, transparente et raisonnable.

185 Bien que l'OLG mérite certains éloges pour avoir fini par agir de façon décisive face aux retombées de *the fifth estate*, le danger est très réel que certaines de ses initiatives ne soient finalement que de la poudre aux yeux. Elle continue de se montrer peu disposée à prendre une position stricte quant au respect des règlements par les détaillants – comme le montre sa propre recherche, la plupart des détaillants (en janvier 2007) semblent résister à une exigence aussi minime que de demander aux gens de signer leurs billets. L'OLG ne semble toujours pas comprendre que la protection du public et l'intégrité du système exigent l'élaboration et l'application de mesures de contrôle. Le respect des règlements ne peut pas être considéré comme une simple option à négocier avec les détaillants.

Des promesses, toujours des promesses

186 La Société des loteries et des jeux de l'Ontario est très forte en matière de promesses – après tout, elle sait très bien convaincre le public ontarien de rêver au gros lot. Comme l'a expliqué le vice-président, Commercialisation, « mon travail, c'est de célébrer le fait de gagner ». Si bien que quand la Société se vante que sa sécurité est la plus rigoureuse dans tout l'Amérique du Nord, il faut prendre ces déclarations avec un grain de sel. Malheureusement, avant le 25 octobre 2006, la Société s'était prise au piège de ses propres boniments, au lieu de s'examiner d'un œil critique. Elle a fini par s'éveiller à la réalité que le public – et les tribunaux – s'attendent à ce qu'elle s'efforce activement à protéger le système de loterie de la fraude et du vol.

187 Un cadre de l'OLG a déclaré à nos enquêteurs :

> Nous ferons mieux grâce à *the fifth estate*, nous ferons mieux grâce à KPMG et nous ferons mieux grâce à l'enquête de l'Ombudsman…

La Société s'efforce visiblement de dire tout ce qu'il faut dire pour convaincre le public que sa promesse d'améliorer la sécurité du système de loterie est bien réelle – et n'est pas un simple battage publicitaire. Il reste à voir si cette promesse sera finalement tenue.

188 Pour s'assurer que cette volonté de mettre en œuvre des mesures de contrôle adéquates n'est pas qu'une lubie passagère, la responsabilité d'examiner les

problèmes de sécurité relativement aux personnes liées à la Société doit être confiée à la haute direction de l'organisation. La division de Sécurité et Surveillance de la Société semble le choix le plus logique. Il ne faudrait pas laisser cette volonté de changement s'enliser dans une série de groupes de travail ou de comités. Dans son Rapport de phase III, KPMG recommandait que la Société étudie la possibilité de créer un poste axé sur la gestion de l'ensemble des risques des activités de loterie, visant dans un premier temps les billets *instant*, puis élargissant peu à peu son champ d'action. Il est évident qu'il faut du leadership et une imputabilité directe pour que les leçons du cas Edmonds ne tombent pas dans l'oubli. Le président-directeur général a déjà pris conscience de cette nécessité, comme l'indique sa remarque : « Nous avons besoin d'incorporer à la Division des Loteries une personne ou un groupe dont la seule fonction sera essentiellement de continuer à examiner le statu quo. »

189 Toutefois, je ne suis pas convaincu que le public puisse s'attendre à ce que la Société seule assure la mise en œuvre d'une vraie réforme. Le risque est trop grand de voir l'OLG retomber continuellement dans ses vieilles habitudes, choyant ses détaillants tout en refusant de prendre au sérieux les plaintes légitimes des clients.

Pourquoi pas leur interdire de jouer?

190 L'une des options que la Société n'a pas considérée pour lutter contre le vol et la fraude des détaillants est de tout simplement leur interdire de jouer aux loteries. La Société reste en effet convaincue que ses mesures de sécurité, qui comprennent des vérifications internes et externes de ses processus et de ses jeux, suffisent en grande partie à contrer la fraude interne. Notre étude des autres juridictions confirme que l'écrasante majorité d'entre elles n'ont mis en place aucune restriction spéciale au jeu des détaillants. Plusieurs juridictions aux États-Unis interdisent aux employés de la loterie de jouer, mais pas aux détaillants. Nous avons constaté qu'une seule juridiction, l'Argentine, interdit carrément aux détaillants de jouer aux loteries, et la structure de vente dans ce pays semble très différente de celle en Ontario. En Colombie-Britannique, les détaillants n'ont pas le droit de jouer aux loteries quand ils sont en service et leurs réclamations font l'objet de procédures d'examen plus poussées.

191 Bannir complètement les détaillants pourrait sembler une solution évidente, étant donné qu'elle éliminerait toute possibilité de réclamation des lots par eux. Mais les responsables de l'OLG ont dit qu'ils doutaient des mérites de cette approche, croyant qu'une interdiction forcerait tout simplement les détaillants des produits

de loterie à jouer de manière clandestine. Ils ont argumenté qu'il serait quasiment impossible de faire vraiment respecter la méthode employée en Colombie-Britannique car les détaillants pourraient tout simplement demander à d'autres personnes de présenter leurs billets à leur place. Certes, la Société pourrait essayer d'identifier les membres de la famille des détaillants comme « personnes liées à la Société », mais la liste de leurs amis et de leurs connaissances qui pourraient réclamer un lot gagnant à leur place est infinie. De plus, les employés des commerces de détail constituent un groupe nombreux, qui change beaucoup et qui est difficile à quantifier avec exactitude. Enfin, il faut se demander s'il serait juste de punir des milliers de détaillants parce que quelques-uns d'entre eux ont commis des crimes.

192 L'idée de bannir tout simplement les détaillants ne devrait pas être écartée pour autant, mais je considère qu'il faudrait d'abord explorer d'autres mesures pour assurer l'honnêteté et l'intégrité du système de loterie.

Rétablir la confiance : la question des détaillants

193 La Société ne fait pas de présélection des personnes qui demandent à vendre les produits de loterie de l'OLG; elle ne s'occupe pas de la conduite passée ou des qualités personnelles des détaillants. Comme nous l'a dit le vice-président, Commercialisation :

> Nous estimons que ceci ne relève pas de notre responsabilité… il y a des questions de droits de la personne et toutes sortes de choses… [il pourrait y avoir] des questions très importantes dont nous n'avons tout simplement pas la responsabilité.

194 Les Directives de sélection des terminaux qui sont établies à l'OLG sont axées sur le potentiel des bénéfices. Pour être considéré comme détaillant de produits en ligne, un magasin doit généralement avoir vendu des produits de loteries instantanées durant au moins 26 semaines et doit avoir enregistré de solides chiffres de vente. Des exceptions sont faites pour les détaillants qui présentent un bon potentiel, ou qui vivent dans des régions éloignées, ou qui ont des commerces saisonniers. La Société exige également une lettre de crédit ou un dépôt de sécurité. Une fois qu'ils ont été agréés à la vente des produits de l'OLG, les détaillants ont droit à des commissions sur les ventes et à des remises en argent comptant.

195 Bien que la Société ne fasse aucune vérification du crédit ou du casier judiciaire des détaillants qui présentent une demande, elle peut suspendre les privilèges de vente des produits de loterie aux détaillants qui sont reconnus coupables d'infraction en vertu de la *Loi sur la taxe de vente au détail*. De même, les détaillants qui vendent des produits de loterie à des mineurs contrairement à la *Loi de 1999 sur la Société des loteries et des jeux de l'Ontario* s'exposent à des sanctions[9]. Les privilèges d'un détaillant peuvent aussi être suspendus s'il ne s'acquitte pas de ses obligations financières. Généralement parlant, la Société suit une méthode en trois étapes. Le premier manquement aux règlements entraîne une suspension d'une semaine; le second, une suspension d'un mois; pour le troisième, la Société revoit le droit de vente des produits de loterie du détaillant.

Le contrat des détaillants

196 Le format standard que la Société signe avec ses détaillants stipule que :

> La bonne réputation de l'OLG auprès du grand public est essentielle à la viabilité de l'OLG et au mandat que lui confère la loi et… la bonne foi et la bonne conduite du détaillant, en vertu de ce contrat, sont essentielles à la bonne réputation de l'OLG et à la confiance que fait le grand public à l'OLG et aux produits et aux activités opérationnelles de l'OLG.

197 Le contrat indique clairement que le détaillant est un contractuel autonome, pas un agent, ni un employé. Le contrat peut être résilié par l'une ou l'autre des parties, en tout temps, sur un préavis écrit de 30 jours. À moins d'être résilié, il est automatiquement renouvelé le 31 décembre de chaque année ou avant. La Société est en droit de mettre fin immédiatement à un contrat dans un certain nombre de circonstances, notamment si le détaillant ne suit pas ses instructions, devient insolvable ou déclare faillite, a une conduite ou permet un événement qui de l'avis de la Société porte préjudice à ses intérêts ou à sa réputation. Les détaillants doivent aussi indemniser la Société de toute perte ou de toute réclamation. La partie « Promotion » du contrat note que le détaillant doit donner prépondérance aux éléments de promotion et de commercialisation des produits de l'OLG, et ne rien faire qui puisse nuire aux ventes des produits de la Société ou ternir sa réputation.

198 Le contrat standard des détaillants est d'un ton ferme et confère à la Société un pouvoir discrétionnaire important de mettre fin à ses relations avec des détaillants, pour des raisons très nombreuses. Mais la Société n'a pas jugé utile de procéder à

[9] Art. 13, *Loi de 1999 sur la Société des loteries et des jeux de l'Ontario*.

une présélection des qualifications des détaillants. Le premier vice-président, Loterie, nous a déclaré :

> Essentiellement, comme nous sommes une société de la Couronne et qu'il y a tout ce concept d'égalité et de justice, et qu'il y a aussi beaucoup de grands enjeux, la plupart des détaillants estiment qu'il est de leur droit de vendre des billets de loterie… de nos jours, c'est ça en quelque sorte notre réalité, nous n'avons pas de très bonnes raisons de dire non… vous demandez à vendre nos produits, et à condition que vous signiez un contrat, nous vous donnerons la possibilité de le faire.

199 Mais quand le public voit le symbole familier du triangle de l'OLG dans la vitrine d'un détaillant, il s'attend à ce que la Société réponde de ses produits et des personnes qui les vendent. Les tribunaux ont clairement reconnu le devoir de diligence qu'a la Société envers le public pour le protéger des risques de vol ou de fraude. Le fait qu'un détaillant est indépendant de la Société n'enlève aucunement à celle-ci sa responsabilité quant aux détaillants qui vendent ses produits. Assurément, les détaillants devraient au moins devoir satisfaire à certains critères minimaux d'intégrité avant d'obtenir le privilège de représenter cette société de la Couronne.

Protéger la confiance du public

200 Beaucoup d'autres juridictions reconnaissent que, même si la vaste majorité des détaillants sont honnêtes et respectent la loi, il faut recourir à des automatismes régulateurs qui permettent de prévenir le vol et la fraude ou les autres problèmes causés par personnes liées à la Société, afin de sauvegarder la confiance du public et l'intégrité du système.

201 Au Manitoba, dans le cadre d'un mémoire d'entente entre la Manitoba Lotteries Corporation et la Manitoba Gaming Control Commission, la Commission procède à une vérification du casier judiciaire des détaillants qui présentent une demande de terminaux de loterie. Le contrat des détaillants de la Manitoba Lotteries Corporation stipule qu'il peut être résilié si un détaillant agréé ou un employé est reconnu coupable d'un crime relatif à la fraude, au vol, à la représentation trompeuse, à la turpitude morale ou à toute infraction liée au jeu. En Alberta, si un détaillant est reconnu coupable d'un crime relatif à la fraude au vol, à la

représentation trompeuse, à la turpitude morale ou à toute infraction liée au jeu, son droit de vendre des produits de loterie peut être résilié[10].

202 Nous avons étudié 17 juridictions qui gèrent des loteries aux États-Unis pour voir quelle méthode elles emploient quant à la sélection des détaillants. Nous avons constaté que dans 16 des 17 États, les responsables sélectionnent les détaillants par une vérification de leur casier judiciaire, généralement accompagnée d'une vérification de leur crédit. La plupart des juridictions ne font aucune sélection des employés et laissent cette question à la diligence des détaillants[11]. Dans certains États, on exige aussi les empreintes digitales du personnel. En Irlande, le contrat des détaillants des produits de loterie peut être résilié s'ils sont reconnus coupables d'une infraction qui les rend inaptes à la vente. Cinq des sociétés australiennes de loterie avec qui nous avons communiqué vérifient également le casier judiciaire des requérants pour faire une présélection. En vertu de la *Public Lotteries Act, 1996*, des Nouvelles-Galles du Sud, le ministre peut résilier la nomination d'un agent de vente au détail s'il considère que l'intégrité, ou l'apparente intégrité, d'une loterie publique risque d'être gravement compromise par le casier judiciaire, la personnalité ou la réputation de celui-ci. Conformément à la *Lotteries Act, 1997*, du Queensland, la Société des loteries peut mettre fin au contrat d'un agent de vente au détail si cet agent est reconnu coupable d'une infraction liée à la loterie ou au jeu, ou d'une infraction punissable par mise en accusation. La Loi prévoit également la tenue d'enquêtes, avec vérification des casiers judicaires, sur les agents de la loterie pour déterminer s'ils restent aptes à vendre les produits de la loterie. Les Société des loteries de la Nouvelle-Zélande font elles aussi une vérification du casier judiciaire et du crédit des futurs détaillants des produits de loterie.

203 Chose intéressante à noter, à la suite de la diffusion de l'émission de *the fifth estate* le 25 octobre 2006, le solliciteur général de la Colombie-Britannique a demandé à la Gaming Policy and Enforcement Branch de la province d'enquêter et de faire rapport sur l'intégrité du réseau de vente au détail des billets de la B.C. Lottery Corporation. Bien que les détaillants des produits de loterie ne soient pas tenus actuellement de s'inscrire à la Direction, celle-ci est responsable de toute l'intégrité des jeux et a le pouvoir d'enquêter sur l'intégrité des jeux de loterie. L'une des recommandations qui est ressortie du rapport demandé préconisait que la Gaming Policy and Enforcement Branch soit responsable d'inscrire tous les détaillants des produits de loterie en Colombie-Britannique. À leur tour, les détaillants seraient responsables des actes de leurs employés. Une autre

---

[10] Alinéa 4 (4) 1) de l'*Alberta Gaming and Liquor Commission Lottery Ticket Centre Policy Handbook*.
[11] L'État du New Jersey fait une présélection des détaillants et de leurs employés.

recommandation proposait que les détaillants soient soumis à des vérifications de leur solvabilité et de leur casier judiciaire. Les règlements en vertu de la *Gaming Control Act* de la Colombie-Britannique sont actuellement modifiés pour refléter ces recommandations.

204 En Ontario, la *Loi de 1992 sur la réglementation des jeux* stipule que la Commission des alcools et des jeux de l'Ontario peut refuser d'inscrire un fournisseur, ou de renouveler l'inscription d'un fournisseur, si elle a des motifs valables de croire qu'il n'agira pas comme fournisseur, conformément à la loi, avec intégrité, honnêteté, ou dans l'intérêt du public, compte tenu de sa conduite passée (art. 10, *Loi de 1992 sur la réglementation des jeux*). Selon l'OLG, l'inscription des vendeurs est l'un des moyens principaux utilisés par la Commission pour réglementer les gens qui travaillent dans ses lieux de jeu de style casino, ou qui fournissent ces lieux en biens et services. La Commission classe les vendeurs en fonction de leurs possibilités d'influencer ou de contrôler les activités opérationnelles d'un site de jeu. Les personnes qui peuvent influencer ou contrôler les activités opérationnelles d'un casino, en raison de leur position, font l'objet d'un examen plus poussé. Les inscrits sont soumis à enquête, avec notamment des vérifications assez poussées de leur casier judiciaire. La Commission est en droit de juger des questions comme la contestation d'un refus d'inscription. Elle a aussi divers pouvoirs d'exécution, entre autres la capacité de geler les actifs au besoin. Mais actuellement, la Commission ne réglemente pas le secteur des loteries de l'OLG, qui veille essentiellement à sa propre réglementation.

Trop de protestations?

205 L'option de soumettre les loteries à une réglementation similaire à celle de l'ensemble de l'industrie des jeux n'est pas particulièrement séduisante pour l'OLG. Le président-directeur général a rejeté cette possibilité. Il a expliqué à mes enquêteurs que la loterie et les jeux sont traités différemment en Ontario pour des raisons d'historique et de possibilités de mise en œuvre. Alors que les loteries sont nées du secteur gouvernemental, les jeux sont nés du secteur privé et ont été soumis à un régime réglementaire de surveillance. Le président-directeur général a noté qu'au Canada le *Code criminel* stipule encore que le gouvernement est responsable des activités opérationnelles de jeu. Il a expliqué qu'il y avait un contraste entre les jeux, où des sommes considérables changent de mains, et les loteries où « les billets ne coûtent pas grand-chose » et où il n'y a pas de « vrai risque et de vraie exposition ». Il a ajouté que même si « les fondements des

affaires sont les mêmes… en termes d'activités opérationnelles, c'est très, très différent ».

206 Le président-directeur général a dit qu'à son avis la vérification des casiers judiciaires des détaillants ne servirait pas à grand-chose. Il a donné pour exemple le cas du détaillant dans l'affaire de M. Edmonds, précisant que le casier judiciaire de ce détaillant avait été vérifié dans une autre situation par la Commission des alcools et des jeux de l'Ontario. Il a dit qu'à moins de faire une vérification très complète des antécédents, la vérification du casier judiciaire n'est guère utile. Il a noté :

> … certaines de ces mesures relèvent davantage de l'apparence que de la substance, alors si vous ne comptez pas faire de relevés des empreintes digitales, pas la peine de faire une vérification du casier judiciaire… le type d'enquête sur les antécédents que faisait la CAJO pour les jeux directs…ces enquêtes-là sont utiles parce qu'elles tiennent véritablement du renseignement policier, elles portent sur les accusations, les jeunes contrevenants... quand vous faites l'objet d'une enquête à la suite d'une demande de licence de jeu, qui représente une position clé, c'est un processus exhaustif, mais même là il n'y a aucune garantie; c'est le mieux qu'on puisse faire, mais il n'y a pas de garantie.

207 Le président-directeur général nous a donné plusieurs raisons pour lesquelles il ne serait pas pratique de procéder à des vérifications des casiers judiciaires. Il a suggéré que, vu le roulement important du personnel dans les commerces de détail, ce système serait difficile à gérer et pourrait soulever des problèmes de relations d'emploi et de confidentialité si la Société révélait qu'un employé travaillant chez un détaillant a un casier judiciaire. Il a aussi précisé qu'il devrait y avoir alors une forme de mécanisme d'appel pour les détaillants. Il a dit douter que la Société ait l'autorité de procéder à de telles enquêtes sur les antécédents et il a ajouté qu'elles ne pourrait pas être faites rétroactivement pour les détaillants déjà sous contrat. Il a même reconnu que la Société fait des vérifications des casiers judiciaires de son propre personnel – mais il a déclaré qu'il ne voyait pas le mérite de faire de même avec les détaillants.

208 L'OLG ne semble pas disposée à explorer le type de restrictions et de contrôles imposés par d'autres juridictions – dont le Manitoba, la Colombie-Britannique et l'Alberta – ce qui contribuerait à mieux protéger le public et l'intégrité du système. Le fait que le président-directeur général ait passé un temps considérable à rejeter l'option d'une réglementation des détaillants et à justifier les difficultés pratiques de faire une vérification des casiers judiciaires reflète bien la culture qui

existe dans cette Société. C'est une culture axée sur l'établissement et le maintien de bonnes relations avec les détaillants, sur la promotion des ventes et la célébration des gagnants. Le respect et l'application des règlements, de même que la protection du public, restent en arrière-plan et sont perçus comme des considérations secondaires alors qu'elles devraient faire partie des responsabilités premières d'une société de la Couronne dans l'obligation de protéger le public.

209 Le rôle d'organisme de réglementation ne cadre pas avec l'idée que l'OLG se fait de ses activités opérationnelles et de son image. C'est vrai, une vérification du casier judiciaire et de la solvabilité de quelqu'un ne veut pas dire forcément qu'on pourra prévoir ou même prédire avec précision si cette personne sera portée à commettre un crime lié aux jeux de loterie. Mais de telles mesures sont très généralement employées dans l'industrie et dans le secteur public en tant qu'indicateurs d'intégrité et d'honnêteté fondamentales. Elles constituent un test décisif qui permet d'exclure les personnes dont la conduite passée montre qu'elles ne sont pas dignes de confiance.

210 L'attitude de la Société envers la vérification des casiers judiciaires et la possibilité d'une réglementation n'est pas dans les intérêts du public. Elle reflète le conflit inhérent qui existe dans cette Société, à qui on demande de faire preuve de discipline envers ses détaillants alors qu'elle dépend d'eux pour faire rentrer des bénéfices.

L'arbitrage du jeu : pour un responsable de la réglementation

211 L'historique de la Société montre qu'elle a longtemps et regrettablement fait preuve d'inaction face au risque évident de vol de la part des détaillants et qu'elle est clairement dans une situation conflictuelle du fait qu'elle est associée au profit avec ses détaillants. Pour toutes ces raisons, il est temps de considérer très sérieusement la nécessité de confier à un responsable externe la protection du public et la préservation de l'intégrité du système de loteries.

212 Je suis bien conscient que, pour les détaillants, la perspective d'avoir à se soumettre à un régime exhaustif de réglementation peut paraître intimidante. Mais les détaillants, les responsables de l'OLG et l'Ontario Convenience Store Association se sont dit très inquiets des dégâts causés par les révélations de *the fifth estate* et par les craintes généralisées du public à la réputation et au moral des détaillants. Instaurer un régime officiel de réglementation permettrait de raviver la confiance du public dans le système de loteries en général, et plus précisément

envers les détaillants. Le public saurait alors qu'un système d'assurance de la qualité a été mis en place et il pourrait avoir recours à un organisme externe en cas de problèmes.

213 Élargir le mandat de la Commission des alcools et des jeux de l'Ontario pour qu'elle veille à l'intégrité du système de loteries et au respect des règlements par les détaillants est l'une des options possibles pour le gouvernement, pour intégrer un mécanisme externe de réglementation et de surveillance au système de loteries.

214 En vertu du *Code criminel du Canada* (articles 206 et 207), les provinces ont la responsabilité de gérer, d'autoriser et de réglementer les formes légales de jeu. La *Loi de 1992 sur la Commission de régie du jeu* crée un système d'inscription pour les gens qui travaillent dans l'industrie du jeu. Même les vendeurs de biens et de services qui ont affaire à des sites de jeux directs doivent s'inscrire auprès de la Commission des alcools et des jeux de l'Ontario. La Commission est responsable de réglementer les jeux légalement autorisés et d'émettre des licences de loterie aux organismes religieux et aux organisations de bienfaisance. Les détaillants qui veulent vendre des billets de loterie dotés d'un système d'ouverture, au nom d'organisations de bienfaisance en Ontario, doivent s'inscrire auprès de la Commission et doivent se soumettre à une vérification de casier judiciaire et de solvabilité. Comme l'indique le site Web de la Commission, elle s'assure que tous les participants aux activités opérationnelles légales de jeu, y compris les vendeurs, répondent à des normes élevées d'honnêteté, d'intégrité et de responsabilité financière.

215 Étant donné que la Commission veille déjà à l'intégrité et à l'honnêteté de l'industrie du jeu, il serait logique qu'on lui confie la réglementation et la surveillance des détaillants des produits de loterie. La Commission dispose d'importants pouvoirs d'enquête équilibrés par des mécanismes d'appel pour garantir une évaluation complète et juste des inscrits. Une autre option serait de mettre en place un nouveau système distinct de réglementation, qui considère le caractère unique du secteur des loteries.

Voie de la réforme

216 Quelles que soient leurs relations juridiques avec la Société, les détaillants représentent la face publique de la Société des loteries et des jeux de l'Ontario pour les citoyens de l'Ontario. La façon cavalière dont la Société accorde aux détaillants le droit de vendre des billets de loterie en raison de leur capacité à

produire des bénéfices est contraire au devoir de diligence qu'a la Société envers le public. La situation ne fera qu'empirer à mesure que la Société progresse dans la mise en oeuvre de son Plan d'action en sept points et d'autres initiatives de réforme, tout en essayant de maintenir de bonnes relations avec les détaillants dont les services lui sont précieux.

217 Avec un régime strict de réglementation et d'exécution, les règlements en place pour protéger le public et l'intégrité du système de loterie seraient clairs, bien définis, et il serait impossible d'en atténuer la force. De plus, les règlements seraient appliqués correctement, avec objectivité, et les conséquences d'un non-respect seraient réelles – il existerait des automatismes régulateurs pour minimiser les possibilités de vols, fraudes et autres abus.

218 L'un des aspects importants de tout mécanisme de réglementation devrait être l'inscription obligatoire des détaillants, qui seraient soumis à une enquête, avec vérification du casier judiciaire et des antécédents. Les détaillants devraient prouver qu'ils répondent à des normes objectives d'honnêteté et d'intégrité avant d'obtenir le droit de vendre des billets au public mettant en doute leur intégrité.

La codification de la décence

219 Pour être efficace, tout système de réglementation devrait comprendre un Code de conduite des détaillants, leur indiquant clairement quelles attentes la Société a envers eux et quelles sanctions seront prises en cas d'échec. Le Code pourrait traiter de questions comme l'obligation de demander aux clients de signer leurs billets. Les détaillants qui ne respectent pas le Code feraient l'objet de sanctions, par l'entremise de l'organisme de réglementation. Le Code pourrait aussi imposer des mesures de contrôle supplémentaires pour tenir compte du fait que les détaillants ont un avantage naturel par rapport aux autres joueurs en raison de leurs connaissances du système de loterie, comme l'ont souligné plusieurs experts en statistiques.

220 Les détaillants ont connaissance de nombreux renseignements sur les probabilités précises de gagner aux différents jeux et sur le nombre de prix non réclamés. Dans ses manuels de formation la Société suggère aux détaillants de partager ces renseignements avec leurs clients, mais il n'est pas clair dans quelle mesure ils le font. Depuis le 25 octobre 2006, la Société prend des mesures pour égaliser le terrain et atténuer les avantages des détaillants. Le 1er décembre 2006, elle a commencé à afficher des renseignements concernant le nombre de prix non réclamés, sur son site Web. Elle a aussi modifié certains de ses rapports sur les prix, pour que les détaillants puissent plus facilement les imprimer et les afficher à

l'intention des clients. Mais pour réduire encore plus les avantages des détaillants dans ce domaine, le Code de conduite pourrait exiger expressément la divulgation des renseignements aux clients.

221 La Société défend ses détaillants, soulignant que la vaste majorité d'entre eux sont honnêtes. Certes, l'appui qu'elle apporte à ses partenaires du système de loterie est admirable, mais il est naïf. Cette attitude a mené la Société à ignorer des signaux d'alarme en ce qui concerne la malhonnêteté de certains détaillants. Tout modèle de réglementation et d'exécution devrait comprendre notamment un test d'intégrité, à passer régulièrement – essentiellement une forme plus officielle et plus efficace du test de « l'acheteur mystérieux » utilisé précédemment par la Société.

L'épreuve de l'intégrité

222 Les tests d'intégrité sont utilisés depuis des décennies dans de nombreux contextes et les forces de maintien de l'ordre y ont recours couramment, avec succès. Vu la nature de l'industrie des loteries, un système d' « acheteurs secrets » externes serait particulièrement bénéfique. Ces personnes, qui prétendraient être des acheteurs de billets de loterie, pourraient créer des situations pour tester les réactions des détaillants. Cette méthode permettrait de faire des vérifications soit ponctuellement quand un détaillant est soupçonné de mauvaise conduite, soit régulièrement de manière aléatoire. Par exemple, une acheteuse mystérieuse pourrait prétendre être une vieille dame démunie qui a un billet gagnant *instant* pour un lot important et qui demande conseil au détaillant. L'objet de l'exercice serait de déterminer comment le détaillant réagit à la situation.

223 Bien que les tests d'intégrité aient avant tout pour objectif d'exposer les actes malhonnêtes, ces opérations secrètes pourraient aussi permettre de déterminer si les détaillants respectent ou non le Code de conduite. Pour les détaillants, le simple fait de savoir qu'ils pourraient avoir la visite d'un agent secret constituerait un excellent moyen de dissuasion et la publication des résultats des visites rappellerait constamment aux détaillants l'importance de respecter les règlements.

L'échec au test du renifleur

224 Une opération majeure doit être aussi lancée pour rétablir la confiance dans un autre secteur, soit la pratique qu'a l'OLG de payer des millions de dollars à des personnes qui réclament des prix dans des circonstances ridiculement suspectes, c'est-à-dire dans des cas « qui sentent mauvais », mais où les preuves de vol ou de

fraude ne sont tout simplement pas suffisantes. Certains ont suggéré que, si la Société soupçonne un réclamant, elle pourrait annoncer qu'un gros lot a été gagné par un billet émis dans un lieu donné et voir si le vrai gagnant se présente. La Société a rejeté cette méthode de par le passé, craignant de recevoir une foule de réclamations. Bien sûr, c'est là une préoccupation valable, mais il faut se souvenir que c'est en lisant un article dans son journal local que M. Edmonds a été alerté du fait que le couple de détaillants l'avait escroqué.

225 La Société fait parfois des annonces sur les lots non réclamés. La publicité pourrait donc jouer un rôle plus important dans le processus des gagnants liés à la Société. Par exemple, la Société pourrait différer le paiement des lots réclamés par des gagnants internes jusqu'à la fin d'une annonce publicitaire, au cas où quelqu'un d'autre se présenterait pour contester le prix. Cette mesure pourrait être intégrée aux politiques et aux règlements de la Société, ainsi qu'aux contrats des détaillants, ou faire partie du système de réglementation.

226 De même, la Société devrait considérer sérieusement la création d'un processus externe d'enquête et de jugement des réclamations suspectes ou contestées. La Société pourrait demander que, dans ces circonstances, les réclamants témoignent sous serment et tous les faits seraient considérés officiellement. Ce mécanisme formel exigerait des fondements juridiques, et prendrait sans doute du temps et de l'argent, mais il constituerait un excellent moyen de dernier recours quand une réclamation est extrêmement suspecte et quand un lot important est en jeu. L'avantage de cette approche serait de renforcer l'intégrité du système de paiement des prix et de donner un moyen efficace de recours aux personnes qui croient avoir la preuve d'avoir été escroquées à la loterie. À l'avenir, les clients en difficulté ne devraient pas avoir à intenter des poursuites contre l'OLG.

Aller de l'avant : rétablir la confiance

227 Jouer à la loterie, c'est beaucoup plus qu'une question d'argent – c'est une question de confiance. Comme le président-directeur général nous l'a dit :

> Qu'est-ce qui fait que c'est une industrie unique : c'est une industrie fondée sur la confiance et l'intégrité… Pour résumer le plus simplement : vous me donnez un dollar, je vous donne 50 cents et vous avez le sourire… vous me donnez un dollar, je vous donne 50 cents et vous avez le sourire – et on continue comme ça et vous vous amusez, mais seulement si vous continuez de croire qu'un de ces jours je vais vous surprendre et

> vous donner 100 $. À partir du moment où vous cessez de croire que je vais le faire, ce n'est plus amusant du tout et vous ne voulez plus jouer.

228 Le président-directeur général a souligné que les mesures prises récemment par la Société ne sont qu'un début. Je crois que la Société a une motivation puissante de réformer ses processus, soit le besoin de garder la confiance du public ontarien. Le président-directeur général s'est engagé à faire tout ce qu'il faut pour redresser la situation. Il a noté :

> Garder, conserver et renforcer la confiance du public n'a pas de prix, alors sans vouloir être prodigue, je vais dire que nous allons dépenser tout ce qu'il faut pour ramener ça au niveau voulu, parce que c'est un investissement…

229 L'OLG est déterminée à revenir « au niveau voulu », comme l'un des chefs de file de l'industrie. Mais il lui reste un long parcours à faire. Il est fort embarrassant que les faiblesses du système de loterie aient été révélées non pas à la suite d'une introspection de la Société mais par les efforts de journalistes d'enquête. La Société a ignoré certaines décisions des tribunaux qui confirmaient ses obligations envers les clients; elle a ignoré les avertissements et les recommandations de ses propres responsables quant à la nécessité de mesures de sécurité plus strictes pour protéger le public et l'intégrité du système. Quand la Société a apporté des améliorations à son système de sécurité, de par le passé, elle l'a fait sans aucun sentiment d'urgence. Au lieu de redoubler de vigilance, elle a cherché à éviter ses responsabilités. Au lieu d'évaluer de manière proactive l'ampleur du problème des lots gagnés par des personnes liées à la Société et de répondre systématiquement aux plaintes, la Société a choisi de consacrer son temps et son argent à la mise en marché d'une nouvelle identité, à promouvoir ses produits et à protéger les intérêts de ses détaillants qu'elle considère comme ses partenaires. L'OLG savait que la fraude et le vol des détaillants étaient une réalité et elle a eu l'occasion de renforcer son système de sécurité de loterie. Mais au lieu de le faire, elle a choisi la voie de l'apathie.

230 Considérant ceci, je suis arrivé à un certain nombre d'opinions et j'ai fait des recommandations qui, je le crois, aideront la Société à regagner la confiance du public et à occuper véritablement une place de leader dans l'industrie des loteries. Mes recommandations les plus importantes ont trait à la création d'un système de réglementation qui confierait à un organisme d'enquête objectif et neutre la responsabilité de veiller à l'intégrité et à l'honnêteté des détaillants. L'OLG est elle-même en position d'initié dans le système de loterie. Elle est dans une situation de conflit inhérent, qu'il faut rectifier et minimiser.

Opinions

231 Je suis d'opinion que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario n'a pas pris les mesures adéquates pour protéger le public de la fraude et du vol dans le système de loterie de l'Ontario. Conformément aux alinéas 21 (1) b) et d) de la *Loi sur l'ombudsman*, je conclus que sa conduite est déraisonnable et erronée.

232 Je suis aussi d'opinion que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario n'a pas répondu adéquatement aux plaintes du public concernant le système de loterie. Conformément aux alinéas 21 (1) b) et d) de la *Loi sur l'ombudsman*, je conclus que cette conduite est déraisonnable et erronée.

Recommandations

Gouvernement de l'Ontario

1. Pour restaurer la confiance du public dans le système de loterie, le temps est venu d'imposer un régime de réglementation à ce secteur en mettant en place un organisme de surveillance doté de pouvoir d'enquête, similaire au système actuellement en place pour l'industrie du jeu. Par conséquent, je recommande que le gouvernement de l'Ontario mette en œuvre un système de réglementation des loteries, avec les caractéristiques suivantes :

    a. un Code de conduite des détaillants, dont le non-respect entraînerait des sanctions allant jusqu'à la résiliation de l'inscription des détaillants;

    b. un système d'inscription des détaillants comprenant un processus d'enquête sur leurs antécédents criminels;

    c. un processus de révocation de l'inscription en cas de manquement au respect de la loi, ainsi que pour infractions criminelles et délits provinciaux;

    d. un système d'arbitrage conçu pour régler les questions comme le refus d'inscription des détaillants;

e. des pouvoirs importants d'enquête et de mesures correctives, comprenant le pouvoir de geler des actifs;

f. un système de test d'intégrité, avec des « acheteurs secrets »;

g. des périodes d'attente et des annonces publicitaires dans les cas où les gagnants sont des personnes liées à la Société;

h. un processus d'enquête sur les plaintes contre les détaillants.

Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

2. Que le gouvernement de l'Ontario crée un processus d'arbitrage pour régler les réclamations contestées et suspectes de lots gagnants.

   Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

3. Que le gouvernement de l'Ontario fasse rapport à l'Ombudsman dans six mois sur ses progrès dans la mise en œuvre des recommandations 1 et 2.

   Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

Société des loteries et des jeux de l'Ontario

Changement de culture

4. Pour apporter des changements réels, la Société des loteries et des jeux de l'Ontario doit s'engager plus clairement à s'acquitter de ses obligations envers le public et doit préserver l'intégrité du système de loterie en prenant les mesures nécessaires pour prévenir les actes de vol et de fraude commis par les détaillants. Par conséquent, je recommande que l'OLG affiche sur son site Web une déclaration publique confirmant son engagement à respecter son devoir de diligence envers les citoyennes et citoyens de l'Ontario et à prendre toutes les mesures raisonnables pour veiller à l'intégrité et à l'honnêteté des détaillants au service du système de loterie.

   Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

Recommandations de KPMG

5. La Société a dépensé plus de 644 000 $ jusqu'à présent pour l'examen mené par KPMG, qui a fait quelque 40 recommandations dans le but d'améliorer le système

de loterie de la Société. On ne devrait pas laisser languir ces efforts. Par conséquent, je recommande que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario publie les résultats de KPMG et vérifie, examine et instaure les recommandations faites par KPMG en vue d'améliorer ses services.

Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

6. Je recommande que l'OLG se donne un plan d'action et des délais pour instaurer les recommandations de KPMG et qu'elle les communique au public.

   Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

7. Je recommande que l'OLG désigne un poste de niveau supérieur au sein de son organisation, séparément de la Commercialisation, dont l'occupant sera chargé d'examiner et d'instaurer les recommandations de KPMG, et qui devra également veiller à l'examen continu et à la mise en œuvre des initiatives conçues pour améliorer la sécurité et l'intégrité des systèmes de loterie de la Société.

   Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

Personnes liées à la Société

8. La Société devrait non seulement revoir et réviser sa Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société, comme l'a recommandé KPMG, afin de mieux définir le terme de personne liée à la Société, mais aussi s'assurer que ses contrats avec les détaillants énoncent clairement leurs obligations et celles de leurs employés quand ils réclament des lots avec leurs propres billets. La Société devrait adopter une politique de tolérance zéro en ce qui concerne la malhonnêteté des détaillants et les contrats des détaillants devraient stipuler une résiliation automatique en cas de conduite malhonnête. Par conséquent, je recommande que l'OLG continue de traiter les détaillants et leurs employés comme des personnes liées à la Société.

   Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

9. Je recommande que l'OLG modifie les contrats de ses détaillants pour exiger très précisément que les détaillants s'identifient quand ils réclament des lots avec leurs propres billets et qu'ils s'assurent que leurs employés sont au courant de cette obligation.

   Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

10. Je recommande que l'OLG informe les autres personnes liées à la Société qu'elles ont la responsabilité de s'identifier quand elles réclament des lots avec leurs propres billets au Bureau des prix de la Société.

    Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

11. Je recommande que l'OLG modifie les contrats de ses détaillants pour exiger très précisément que les détaillants forment leur personnel aux attentes de la Société.

    Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

12. Je recommande que l'OLG modifie les contrats de ses détaillants pour indiquer clairement qu'elle pratiquera une politique de tolérance zéro envers la malhonnêteté de ses détaillants et qu'elle veille au respect de cette politique.

    Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

Bureau des prix

13. La Société devrait revoir complètement non seulement les questions posées aux gagnants, comme l'a suggéré KPMG, mais aussi les méthodes d'entrevue. Je recommande que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario adopte une méthode plus structurée de procéder aux entrevues dans son Bureau des prix et cesse sa pratique qui consiste à « guider » les réclamants quant aux détails d'achat et de validation des billets.

    Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

Traitement des plaintes

14. Je recommande que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario cesse sa pratique qui consiste à employer son personnel de ventes pour faire le suivi des questions de respect des règlements.

    Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

15. Je recommande que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario ordonne à son personnel de ventes de transmettre les problèmes de sécurité qu'il détecte sur le terrain à la division Sécurité et Surveillance de la Société.

    Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

16. Je recommande que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario consigne les renseignements sur les plaintes de telle manière qu'il soit possible de faire un suivi des plaintes contre les détaillants.

    Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

17. Je recommande que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario envisage d'instaurer des changements technologiques pour s'assurer qu'elle dispose d'une base de données intégrées sur les plaintes et qu'elle a la capacité de charger automatiquement les fichiers de données, afin de permettre les vérifications de concordance des renseignements.

    Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

Enquêtes de la Société

18. Parallèlement aux recommandations faites par KPMG sur la documentation du processus d'enquête, je crois que les enquêtes de la Société exigent plus de rigueur. Par conséquent, je recommande que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario s'assure que ses enquêteurs soient formés à des méthodes de pointe, et qu'ils les suivent, notamment pour prendre des notes ponctuelles, ne pas modifier les entrées et ne pas détruire les notes d'enquête.

    Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

19. Je recommande que l'OLG s'assure que toutes les plaintes concernant la mauvaise conduite de ses détaillants soient présentées pour enquête à la division Sécurité et Surveillance de la Société.

    Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

Tenue des dossiers de statistiques

20. La Société n'a pas fait et n'a pas analysé de relevés statistiques sur les personnes liées à la Société pour voir s'il y avait des signes que les détaillants ou d'autres personnes liées à la Société gagnaient des lots de manière disproportionnée. De telles analyses constitueraient un moyen utile d'identifier les domaines où une surveillance plus stricte de la sécurité s'impose. Par conséquent, je recommande que l'OLG tienne et analyse des relevés statistiques sur le nombre de gagnants liés à la Société pour ses divers produits de loterie, sur les habitudes de jeux de ces gagnants et sur leur historique de chance au jeu.

Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

21. Je recommande que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario explore les moyens de recueillir des renseignements plus précis sur les personnes liées à la Société, entre autres des moyens d'enquête, et qu'elle exige que les personnes liées à la Société, comme les détaillants, communiquent régulièrement les noms de leurs employés à la Société.

    Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

22. La Société des loteries et des jeux de l'Ontario devrait s'assurer qu'il y a une vérification des réclamants de lots par rapport aux registres des personnes liées à la Société, et que l'historique des gagnants liés à la Société est consulté chaque fois qu'un tel gagnant réclame un prix à la Société.

    Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

Mise en œuvre

23. Je recommande que l'OLG fasse un rapport écrit à l'Ombudsman, chaque trimestre, pour lui faire connaître ses progrès dans la mise en œuvre de ces recommandations, et ceci jusqu'à ce que toutes les recommandations aient bien été mises en œuvre.

    Alinéa 21 (3) g) de la *Loi sur l'ombudsman*

Réponses

233 J'ai rencontré à la fois le ministre du Renouvellement de l'infrastructure publique, David Caplan, et le président-directeur général de l'OLG, Duncan Brown, pour passer en revue les réponses du gouvernement et de l'OLG à mon rapport. J'ai le plaisir d'annoncer que M. Caplan et M. Brown ont tous deux accepté, sans aucune réserve, les conclusions de mon bureau et ont exprimé leur ferme engagement à instaurer toutes mes recommandations en temps opportun.

234 Dans sa réponse à mon rapport, le ministre David Caplan a écrit qu'il est déterminé à aller de l'avant avec ces recommandations et que son Ministère fera rapport à mon bureau dans six mois sur les progrès effectués. Il a également

reconnu la nécessité de confier la surveillance des détaillants à un organisme externe, notant :

> J'ai lu avec intérêt vos préoccupations quant à un conflit inhérent entre l'OLG, vendeur de produits de loterie par l'entremise de ses détaillants, et l'OLG, organisme auquel il incombe actuellement de surveiller ces mêmes détaillants. Comme vous, je comprends l'intérêt de séparer ces fonctions, par la création d'un régime distinct de réglementation qui assurera une surveillance autonome. Je suis aussi d'accord avec vous qu'un processus juridictionnel fait pour régler les réclamations de prix contestées et suspectes permettrait de renforcer considérablement le système.

235 Chose plus importante encore, le ministre Caplan a dit qu'il « prenait à cœur » nos conclusions à propos du besoin de changer la culture d'entreprise à l'OLG, et qu'il était déterminé à travailler avec le Conseil d'administration et la Société pour s'assurer que les problèmes décrits dans mon rapport soient réglés. Le ministre s'est également engagé à consulter mon bureau à propos de l'élaboration du nouveau régime de surveillance autonome des détaillants de loterie. Voilà le type d'appui et d'engagement du gouvernement qui est essentiel pour aller de l'avant et restaurer l'intégrité du système de loterie et regagner la confiance du public. Je félicite le ministre et le gouvernement de leur ouverture et de leur réceptivité face à mon rapport et à mes recommandations, ainsi que de l'engagement immédiat et résolu qu'ils ont pris pour garantir le changement.

236 M. Brown a reconnu que mon rapport, bien que « douloureux » à lire en raison des faiblesses de l'OLG qui y sont décrites, était exact et juste sur tous les points. Dans la réponse officielle et contrite de l'OLG à nos recommandations, il a écrit, de concert avec le président du Conseil de l'OLG, Michael Gough : « Nous tenons à vous assurer que l'OLG est déterminée à agir rapidement pour mettre en œuvre les recommandations de votre rapport, y compris les recommandations faites par KPMG, afin de mieux servir et protéger les Ontariens. » Ils m'ont assuré que l'argument voulant que des changements de culture prennent du temps ne serait pas utilisé comme excuse pour retarder cette mise en œuvre, ou ne pas la réaliser.

> « Nous reconnaissons les importants points que vous nous avez présentés sur notre culture d'entreprise et sur la nature conflictuelle de notre double rôle face aux détaillants. Nous mettrons en place des mesures de sauvegarde pour veiller à l'intégrité et à l'honnêteté des détaillants qui sont au service du système de loterie. Votre rapport nous donne l'agenda

ciblé qu'il nous faut pour nous aider à produire ce changement positif de culture…

Finalement, nous aimerions faire un commentaire sur vos conclusions quant au niveau de service et de protection offert par nous à nos clients. Il ne fait aucun doute que nous aurions pu et aurions dû faire mieux. Nous sommes d'accord avec votre évaluation sur la manière dont l'OLG a traité M. Edmonds. Les excuses que nous lui avons faites, bien tardivement, étaient absolument sincères…

237 L'OLG m'a avisé que, à la demande du ministre Caplan, elle passait rapidement à l'action pour instaurer mes recommandations. Une copie du rapport d'étape sur les progrès en œuvre est jointe à ce rapport, en annexe.

238 L'acceptation par l'OLG et par le gouvernement de la réalité décrite en détail dans ce rapport, ainsi que leur engagement réel et ferme vis-à-vis du changement, sont requis pour que l'OLG passe vraiment le cap et s'engage sur la longue route à faire pour regagner la confiance du public. Je suis heureux de voir que le gouvernement et l'OLG semblent tous deux prendre la bonne direction. Je surveillerai de près la situation dans les prochaines semaines et les prochains mois, avec toutes les Ontariennes et tous les Ontariens qui font confiance au système de loterie, pour juger si ces engagements se traduisent par des actions afin que le système de loterie de l'Ontario ait vraiment de l'intégrité et soit digne de gagner la confiance du public.

André Marin

Ombudsman de l'Ontario

Annexe

Auto-analyse de l'OLG sur la réponse aux recommandations de l'Ombudsman

Présentée le 15 mars 2007

Progrès des mesures d'action de l'OLG en réponse aux recommandations de l'ombudsman

#	Recommandation de l'ombudsman	Action de l'OLG	Progrès de mise en œuvre
4	Pour apporter des changements réels, la Société des loteries et des jeux de l'Ontario doit s'engager plus clairement à s'acquitter de ses obligations envers le public et doit préserver l'intégrité du système de loterie en prenant les mesures nécessaires pour prévenir les actes de vol et de fraude commis par les détaillants. Par conséquent, je recommande que l'OLG affiche sur son site Web une déclaration publique confirmant son engagement à respecter son devoir de diligence envers les citoyennes et citoyens de l'Ontario et à prendre toutes les mesures raisonnables pour veiller à l'intégrité et à l'honnêteté des détaillants au service du système de loterie.	L'OLG affichera sur son site Web une déclaration publique confirmant son engagement à prendre toutes les mesures raisonnables pour veiller à l'intégrité et à l'honnêteté des détaillants au service du système de loterie.	Mise en œuvre à la date de parution de ce rapport.
5	La Société a dépensé plus de 644 000 $ jusqu'à présent pour l'examen mené par KPMG, qui a fait quelque 40 recommandations dans le but d'améliorer le système de loterie de la Société. On ne devrait pas laisser languir ces efforts. Par conséquent, je recommande que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario publie les résultats de KPMG et vérifie, examine et instaure les recommandations faites par KPMG en vue d'améliorer ses services.	Les résultats de la vérification faite par KPMG seront publiés sur le site Web de l'OLG. Un document distinct, montrant en détail comment l'OLG planifie la mise en œuvre des recommandations de KPMG, a été préparé.	Voir le rapport d'étape sur la mise en œuvre des recommandations de KPMG.

Progrès des mesures d'action de l'OLG en réponse aux recommandations de l'ombudsman

#	Recommandation de l'ombudsman	Action de l'OLG	Progrès de mise en œuvre
6	Je recommande que l'OLG se donne un plan d'action et des délais pour instaurer les recommandations de KPMG et qu'elle les communique au public.	Se référer au rapport d'étape de KPMG.	Se référer au rapport d'étape de KPMG.
7	Je recommande que l'OLG désigne un poste de niveau supérieur au sein de son organisation, séparément de la Commercialisation, dont l'occupant sera chargé d'examiner et d'instaurer les recommandations de KPMG, et qui devra également veiller à l'examen continu et à la mise en œuvre des initiatives conçues pour améliorer la sécurité et l'intégrité des systèmes de loterie de la Société.	Le premier vice-président, Activités opérationnelles de l'OLG (qui rend directement compte au Conseil d'administration), sera chargé de veiller à cet examen continu et de faire rapport sur la mise en œuvre de toutes les recommandations.	

Progrès des mesures d'action de l'OLG en réponse aux recommandations de l'ombudsman

#	Recommandation de l'ombudsman	Action de l'OLG	Progrès de mise en œuvre
8	La Société devrait non seulement revoir et réviser sa Politiques sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société, comme l'a recommandé KPMG, afin de mieux définir le terme de personne liée à la Société, mais aussi s'assurer que ses contrats avec les détaillants énoncent clairement leurs obligations et celles de leurs employés quand ils réclament des lots avec leurs propres billets. La Société devrait adopter une politique de tolérance zéro en ce qui concerne à la malhonnêteté des détaillants et les contrats des détaillants devraient stipuler une résiliation automatique en cas de conduite malhonnête. Par conséquent, je recommande que l'OLG continue de traiter les détaillants et leurs employés comme des personnes liées à la Société.	L'OLG a revu le contrat de ses détaillants pour qu'il stipule que : a) les détaillants et leurs employés seront soumis à la Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société de l'OLG b) l'OLG a une politique de tolérance zéro envers la malhonnêteté et la conduite malhonnête des détaillants c) le contrat sera résilié si un détaillant est accusé d'un crime lié à la fraude, au vol, à la représentation trompeuse, à la turpitude morale, ou à toute infraction liée au jeu. Les politiques auxquelles le contrat fait référence énonceront une liste de sanctions progressives, allant jusqu'à la résiliation du contrat, et les obligations des détaillants et des employés quand ils réclament des lots supérieurs à 10 000 $, de même que les obligations des détaillants de former correctement leur personnel. De plus, l'OLG fera un relevé et un suivi des lots allant de 1 000 $ à 9 999 $ réclamés par des gagnants liés à la Société pour déterminer les schémas inhabituels de gains ou les circonstances justifiant une enquête par la division Sécurité et Surveillance de la Société.	La distribution des nouveaux contrats des détaillants sera faite pour le 30 juin 2007, et sera accompagnée d'un programme ponctuel de communications et de mesures continues de communications après le 30 juin 2007.

Progrès des mesures d'action de l'OLG en réponse aux recommandations de l'ombudsman

#	Recommandation de l'ombudsman	Action de l'OLG	Progrès de mise en œuvre
9	Je recommande que l'OLG modifie les contrats de ses détaillants pour exiger très précisément que les détaillants s'identifient quand ils réclament des lots avec leurs propres billets et qu'ils s'assurent que leurs employés sont au courant de cette obligation.	Conformément au contrat modifié des détaillants, les détaillants devront s'identifier quand ils réclament des lots de 1 000 $ ou plus.	Mise en œuvre pour le 30 juin 2007.

Progrès des mesures d'action de l'OLG en réponse aux recommandations de l'ombudsman

#	Recommandation de l'ombudsman	Action de l'OLG	Progrès de mise en œuvre
10	Je recommande que l'OLG informe les autres personnes liées à la Société qu'elles ont la responsabilité de s'identifier quand elles réclament des lots avec leurs propres billets au Bureau des prix de la Société.	Un programme de communications à l'intention des autres personnes liées à la Société, comme les employés et les fournisseurs/vendeurs, est au stade de l'élaboration. Cette politique s'appliquera à tous les employés de l'OLG, sauf au personnel des sites de jeu et des casinos commerciaux de l'OLG. Mais les employés qui manipulent les billets de loterie dans les sites de jeu et les casinos commerciaux seront inclus parmi les personnes liées à la Société. De plus, le Code de conduite des employés de l'OLG, que tout le personnel atteste chaque année, sera mis à jour pour que les employés comprennent leurs obligations en vertu de la nouvelle Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société. L'OLG s'assurera que le programme d'orientation des employés comprend sa nouvelle Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société. L'OLG avisera comme il se doit les fournisseurs/vendeurs de produits de loterie de la nouvelle Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société, et quand leurs contrats entrent en vigueur ou sont renouvelés l'OLG inclura des clauses spécifiques exigeant le respect de cette nouvelle Politique sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société.	Mise en œuvre pour le 30 juin 2007.

Progrès des mesures d'action de l'OLG en réponse aux recommandations de l'ombudsman

#	Recommandation de l'ombudsman	Action de l'OLG	Progrès de mise en œuvre
11	Je recommande que l'OLG modifie les contrats de ses détaillants pour exiger très précisément que les détaillants forment leur personnel aux attentes de la Société.	Le contrat des détaillants de l'OLG a été modifié pour exiger que les détaillants respectent toute instruction écrite de l'OLG, y compris les exigences de formation du personnel des détaillants.	Mise en œuvre terminée.
12	Je recommande que l'OLG modifie les contrats de ses détaillants pour indiquer clairement qu'elle pratiquera une politique de tolérance zéro envers la malhonnêteté de ses détaillants et qu'elle veille au respect de cette politique.	Le contrat modifié des détaillants de l'OLG comprend une politique de tolérance zéro envers la malhonnêteté et la conduite malhonnête des détaillants.	Mise en œuvre terminée.
13	La Société devrait revoir complètement non seulement les questions posées aux gagnants, comme l'a suggéré KPMG, mais aussi les méthodes d'entrevue. Je recommande que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario adopte une méthode plus structurée de procéder aux entrevues dans son Bureau des prix et cesse sa pratique qui consiste à « guider » les réclamants quant aux détails d'achat et de validation des billets.	L'OLG a préparé de nouvelles questions d'entrevue et le personnel du Bureau des prix a reçu l'ordre de cesser sa pratique qui consistait à guider les réclamants quant au détail d'achat et de validation des billets. Si le personnel du Bureau des prix détermine que le réclamant d'un gros lot est une personne liée à la Société, il mettra immédiatement fin à l'entrevue et transférera la réclamation à un niveau supérieur, c'est-à-dire à la division Sécurité et Surveillance de la Société, pour une entrevue.	Recommandation instaurée.
14	Je recommande que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario cesse sa pratique qui consiste à employer son personnel de vente pour faire le suivi des questions de respect des règlements.	Tout le personnel de ventes de l'OLG recevra l'ordre de transmettre tous les problèmes de respect de la sécurité à la division Sécurité et Surveillance de la Société.	Mise en œuvre pour le 30 avril 2007.

Progrès des mesures d'action de l'OLG en réponse aux recommandations de l'ombudsman

#	Recommandation de l'ombudsman	Action de l'OLG	Progrès de mise en œuvre
15	Je recommande que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario ordonne à son personnel de vente de transmettre les problèmes de sécurité qu'il détecte sur le terrain à la division Sécurité et Surveillance de la Société.	Tout le personnel de ventes de l'OLG recevra l'ordre de transmettre les problèmes de sécurité qu'il détecte sur le terrain à la division Sécurité et Surveillance de la Société.	Mise en œuvre pour le 30 avril 2007.
16	Je recommande que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario consigne les renseignements sur les plaintes de telle manière qu'il soit possible de faire un suivi des plaintes contre les détaillants.	Toutes les plaintes arrivant à notre Centre d'excellence à la clientèle, à propos des détaillants et de leurs employés sont enregistrées dans notre système de Gestion des relations avec la clientèle (ONYX) et transmises au niveau supérieur de la division Sécurité et Surveillance de la Société, comme il se doit.	Mise en œuvre terminée.
17	Je recommande que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario envisage d'instaurer des changements technologiques pour s'assurer qu'elle dispose d'une base de données intégrées sur les plaintes et qu'elle a la capacité de charger automatiquement les fichiers de données, afin de permettre les vérifications de concordance des renseignements.	Des solutions technologiques sont à l'étude pour intégrer tous les systèmes de base de données sur les plaintes, afin de permettre les vérifications de concordance des renseignements.	Recommandation pour le 30 juin 2006.

Progrès des mesures d'action de l'OLG en réponse aux recommandations de l'ombudsman

#	Recommandation de l'ombudsman	Action de l'OLG	Progrès de mise en œuvre
18	Parallèlement aux recommandations faites par KPMG sur la documentation du processus d'enquête, je crois que les enquêtes de la Société exigent plus de rigueur. Par conséquent, je recommande que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario s'assure que ses enquêteurs soient formés à des méthodes de pointe, et qu'ils les suivent, notamment pour prendre des notes ponctuelles, ne pas modifier les entrées et ne pas détruire les notes d'enquête.	Une formation a été organisée par l'entremise de l'Ontario Police College. Les enquêteurs sont inscrits au cours de Formation générale en enquêtes et au cours d'Entrevues judiciaires de l'OPC. Des mesures sont également prises pour que les enquêteurs suivent la formation offerte par le Secrétariat aux enquêtes, aux inspections et à l'application des lois, au ministère du Travail. Les descriptions de cours sont données en pièces jointes.	Les cours de formation ont été réservés et la formation sera terminée pour le 30 septembre 2007.
19	Je recommande que l'OLG s'assure que toutes les plaintes concernant la mauvaise conduite de ses détaillants soient présentées pour enquête à la division Sécurité et Surveillance de la Société.	Le personnel du secteur Ventes, du Centre d'accueil et du Bureau des prix a reçu l'ordre de référer toutes les plaintes rattachées à la mauvaise conduite des détaillants à la division Sécurité et Surveillance de la Société, à des fins d'enquête.	Recommandation instaurée.

Progrès des mesures d'action de l'OLG en réponse aux recommandations de l'ombudsman

#	Recommandation de l'ombudsman	Action de l'OLG	Progrès de mise en œuvre
20	La Société n'a pas fait et n'a pas analysé de relevés statistiques sur les personnes liées à la Société pour voir s'il y avait des signes que les détaillants ou d'autres personnes liées à la Société gagnaient des prix de manière disproportionnée. De telles analyses constitueraient un moyen utile d'identifier les domaines où une surveillance plus stricte de la sécurité s'impose. Par conséquent, je recommande que l'OLG tienne et analyse des relevés statistiques sur le nombre de gagnants liés à la Société pour ses divers produits de loterie, sur les habitudes de jeux de ces gagnants et sur leur historique de chance au jeu.	L'OLG concevra une solution pour tenir et analyser des relevés statistiques sur les personnes liées à la Société afin de déterminer s'il y a des schémas inhabituels de gains ou des circonstances justifiant une enquête par la division Sécurité et Surveillance de la Société.	Recommandation pour le 30 avril 2007.
21	Je recommande que la Société des loteries et des jeux de l'Ontario explore les moyens de recueillir des renseignements plus précis sur les personnes liées à la Société, entre autres des moyens d'enquête, et qu'elle exige que les personnes liées à la Société, comme les détaillants, communiquent régulièrement les noms de leurs employés à la Société.	Le processus de recherche mis en place pour déterminer les éventuels « lots gagnés par des personnes liées à la Société » a été amélioré, faisant appel à toutes les bases de données électroniques actuellement disponibles. L'OLG agrandira, actualisera et tiendra à jour, du mieux possible, ses bases de données sur les lots gagnés par des personnes liées à la Société.	Mise en œuvre terminée et continue.

Progrès des mesures d'action de l'OLG en réponse aux recommandations de l'ombudsman

#	Recommandation de l'ombudsman	Action de l'OLG	Progrès de mise en œuvre
22	La Société des loteries et des jeux de l'Ontario devrait s'assurer qu'il y a une vérification des réclamants de lots par rapport aux registres des personnes liées à la Société, et que l'historique des gagnants liés à la Société est consulté chaque fois qu'un tel gagnant réclame un prix à la Société.	Toutes les personnes qui réclament un lot de 1 000 $ et plus sont vérifiées par rapport aux registres disponibles sur les gagnants liés à la Société. La division Sécurité et Surveillance de la Société consultera l'historique personnel des gagnants liés à la Société durant les enquêtes sur tous les gagnants de ce type, grâce à une base de données améliorée sur les gagnants liés à la Société.	Mise en œuvre terminée. Mise en œuvre continue.
23	Je recommande que l'OLG fasse un rapport écrit à l'Ombudsman, chaque trimestre, pour lui faire connaître ses progrès dans la mise en œuvre de ces recommandations, et ceci jusqu'à ce que toutes les recommandations aient bien été mises en œuvre.	Recommandation acceptée.	1er rapport d'étape – 28 juin 2007 2e rapport d'étape – 27 septembre 2007 3e rapport d'étape – 21 décembre 2007 4e rapport d'étape – 27 mars 2008

Le de la confiance

Ombudsman
ONTARIO

CHIEN DE GARDE DE L'ONTARIO

www.ombudsman.on.ca